
Trípodos

Trípodos

LLENGUATGE · PENSAMENT · COMUNICACIÓ

37

Barcelona, 2015
<http://www.tripodos.com>
e-mail: tripodos@blanquerna.url.edu

Dades catalogàfiques Trípodos: Llenguatge–Pensament–Comunicació / Universitat Ramon Llull.
Facultat de Ciències de la Comunicació. — 1 (1996-). — Barcelona. 23 cm.

Semestral.— A partir del número 2 (novembre del 1996) el nom de la publicació canvia de Trípodos a Trípodos.
ISSN: 1138-3305

Director Josep M. Carbonell
Director Científic Pere Masip
Redactora en cap Elena Yeste
Consell de redacció Francesc-Marc Álvaro
Pablo Capilla
Francesc Canosa
Maria Dolors Genovès
Carlos Ruiz

Producció Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna
Coordinador Editorial Jordi Llisterrí
Disseny gràfic Josep Rom
Composició Sònia Posch
Correcció Elisabeth Ibars
Assessorament traduccions Ursula Wolf

Consell editorial Juan de los Ángeles (Universidad de Navarra)
Editorial Board Xavier Antich (Universitat de Girona)
Manuel Castells (Universitat Oberta de Catalunya, Southern California University)
Albert Chillon (Universitat Autònoma de Barcelona)
Willem Th. M. Frijhoff (Vrije Universiteit Amsterdam)
Margarita Ledo (Universidad de Santiago de Compostela)
Miquel de Moragas (InCom, Universitat Autònoma de Barcelona)
Xavier Oliver (IESE Business School)
Gregory Payne (Emerson College, Boston)
Juan Rey (Universidad de Sevilla)
Imma Tubella (Universitat Oberta de Catalunya)
Michael Walrave (Universiteit Antwerpen)

Intercanvi Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna
Biblioteca, c/ Valldonzella, 12 Barcelona 08001
Tel. 93 557 25 01

Subscripcions Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna
c/ Plaça Joan Coromines s/n. Barcelona 08001
Tel. 93 253 31 08

Primera edició: desembre 2015

Drets exclusius d'edició: Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals
Blanquerna. Universitat Ramon Llull
Dipòsit Legal: B. 20.889-2010
Imprès a Espanya. Printed in Spain
Impressió: Agpograf, SA

La Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna, als efectes previstos a l'article 32.1, paràgraf segon del vigent TRLPI, s'oposa expressament a l'ús de qualsevol de les pàgines de Trípodos o de part d'aquestes per a la realització de resums de premsa. Qualsevol acte d'explotació (reproducció, distribució, comunicació pública, posada a disposició, etc.), necessitarà l'autorització oportuna, que serà concedida per CEDRO dins els límits que s'estableixin a la llicència.

SUMARI

MONOGRÀFIC

- New Corporate Social Responsibility Challenges: Sustainability, Social Commitment and Innovation.** Editors: GEORGIANA F. GRIGORE, ENRIC ORDEIX, JOSEP ROM, ALIN STANCU 9
- In the Club but out of the Game. Evaluation of Ghana Club 100 CSR Communication. MAVIS AMO-MENSAH, RALPH TENCH 13
 - The Effect of Moral Philosophy on Individual Intentions toward Socially Responsible Tourism Firms. FATIH KOC, UMIT ALNIACIK, M. EMIN AKKILIC, ILBAY VAROL 35
 - Creating the Brand Image of Polish Corporate Foundations. MATEUSZ RAK 51
 - Social Responsibility of Organizations and Temporary Workers. Manifestations and Dilemmas. IZABELA BEDNARSKA-WNUK 63
 - Online Visibility of Corporate Social Responsibility. A CSR Website Analysis of a Sample of Spanish Meat Companies. ALEJANDRA ARAMAYO GARCÍA, NÚRIA ARIMANY SERRAT, CLARA DE URIBE-SALAZAR, ANNA SABATA ALIBERCH 73
 - Ukrainian NGOs as Opinion Makers: How Media Organizations Communicate about Progress in New Democracy with Western Donors. KATERINA TSETSTURA 91

FONAMENTS

- Tres formas de personalización en la cobertura de la prensa chilena a las campañas presidenciales. WILLIAM PORATH, VICTORIA LEÓN-PORATH, TANIA RAMDOHR, JOSÉ JOAQUÍN SUZUKI 113
- La búsqueda de la comunidad de marca en las redes sociales. Los casos de Telepizza, Vips y Burger King. INIGO MARAURI CASTILLO, JESÚS ÁNGEL PÉREZ DASILVA, MARÍA DEL MAR RODRÍGUEZ GONZÁLEZ 133
- El naixement de la màscara chapliniana. JAUME RADIGALES 151
- Mundos posibles, grupos de presión y opinión pública en el videojuego Tropico 4. ANTONIO JOSÉ PLANELL DE LA MAZA 167

EINES

PANORÀMICA

- Public Relations: The Essence of Strategic Communication. Ressenya del llibre de Robert E. Brown *The Public Relations of Everything: The Ancient, Modern and Postmodern Dramatic History of an Idea*, a càrrec de GREGORY PAYNE 185

• EUPRERA Scholars Urge Dialogic Online Approach. Ressenya del llibre editat per Enric Ordeix, Valérie Carayol i Ralph Tench <i>Public Relations, Values And Cultural Identity</i> , a càrrec de JOHN MARK KING	186
• Explicar la comunicació, hoy. Ressenya del llibre de José Alberto García Avilés <i>Comunicar en la Sociedad Red. Teorías, modelos y prácticas</i> , a càrrec d'EVA JIMÉNEZ GÓMEZ	187
• El destí del periodisme. Ressenya del llibre d'Albert Sáez <i>El periodisme després de Twitter. Notes per a repensar l'ofici</i> , a càrrec de JORDI BUSQUET	189
• Comunicación y marketing de moda. Ressenya del llibre de Paloma Díaz Soloaga <i>Comunicación y gestión de marcas de moda</i> , a càrrec de CONCHA PÉREZ CURIEL	190
• La comunicación publicitaria en cambio y adaptación constante. Ressenya del llibre de Cristina Del Pino, Araceli Castelló e Irene Ramos-Soler <i>La comunicación en cambio constante. Branded Content, Community Management, Comunicación 2.0 y estrategia en medios sociales</i> , a càrrec de JESÚS SEGARRA-SAAVEDRA	192
• Christianity as Media History. Ressenya del llibre de Peter Horsfield <i>From Jesus to the Internet: A History of Christianity and Media</i> , a càrrec de MIRIAM Díez	194
• Dades de recepció i acceptació d'originals / Datos de recepción y aceptación de originales / Data on reception and acceptance of originals	197