

RUTA (2012), Nº4



Prólogo

José María Perceval

Director de la revista RUTA

La gran variedad temática de temas de investigación que se desarrollan en el número cuatro de la Revista Universitaria de Trabajos Académicos (RUTA) muestra el gran nivel que están alcanzando las Ciencias Sociales de la Comunicación a principios del siglo XXI. También muestra la madurez de esta oferta que lanzamos para recoger los trabajos predoctorales y mostrar el camino de futuro de los nuevos investigadores. Finalmente, nos sitúa en una dinámica de estudio que abarca cualquier tema humano ya que la humanidad es y existe, se expresa, lucha y sueña por y mediante la 'comunicación'.

“Retos de la comunicación educativa en el siglo XXI”, que incide sobre la temática de la comunicación en el campo de la pedagogía, es un artículo colectivo realizado por los alumnos del Máster de Comunicación y Educación de la promoción 2012 de la Universidad Autónoma de Barcelona realizado por: Lourdes Latapí Ruiz (Universidad Nacional Autónoma de México); Javier Castillo Briceño (Universidad Central de Venezuela); Irene Fernández Monferrer; Pedro Arenas Wilson (Universidad Academia de Humanismo Católico); Almudena Esteban (Universidad Rey Juan Carlos); Andrés Rosenberg (Pontificia Universidad de Santiago de Chile); Myriam Catrileo (Universidad Católica de Temuco, Chile); María Alejandra Hernández (Universidad José María Vargas, Caracas); Lorena Caimanque (Universidad de Chile); Luis Rivera (Universidad Nacional Autónoma de México); Cheng Cheng Tang (Universidad de Jiangnan); Darío Cuéllar Arellano (Universidad de Concepción, Chile); Erika Lisset García Morales (Universidad Panamericana Campus Guadalajara); Natalia Caro

(Universidad de Chile); Roland Fernal; Fernando Godoy Vera (Universidad Austral de Chile); Alessandra Fuenzalida Agua (Pontificia Universidad Católica de Sao Paulo); Marjorie Grassler; Mario Valencia (Universidad Latinoamericana, México); Anthony Tatekawa (Universidad del Norte, Colombia); Vanessa Perales (Universidad de Lima); Josué Chavez G. (Universidad de Lima); Yuliana Castro H. (Pontificia Universidad Católica de Lima); Marjorie Grassler; Mario A. Valencia; Daniel Bustos Meneses (Universidad de Tarapacá, Arica); Marta Vignana Galli (Universitat de Barcelona).

“Escenarios y desafíos de 15 organizaciones del Mediterráneo frente a la Comunicación y Cooperación para el Desarrollo”, de Despoina Antoniou, Deborah Castro y Claudia Ramírez han realizado esta investigación en el marco del módulo Comunicación y Cooperación para el Desarrollo, que forma parte del Máster Oficial de Investigación en Comunicación y Periodismo (promoción 2010-2011) del Universidad Autónoma de Barcelona. El presente artículo tiene como propósito describir el papel que ocupa la Comunicación y Cooperación para el Desarrollo en 15 organizaciones autonómicas o regionales, nacionales e internacionales según la información que publican en sus sitios webs. Al mismo tiempo, propone una estrategia de medición de los impactos de las actividades desarrolladas por las instituciones en una zona especialmente dinámica como el Mediterráneo.

“Player 1 kills player 2: Representación de la violencia en el videojuego”, trabajo realizado por Marc Bellmunt Soler, plantea un recorrido breve por la representación de la violencia en algunos de los títulos más significativos del videojuego contemporáneo, centrándose en la descorporalización de la misma, su uso como mecánica de separación de grupos de jugadores y la opción autorreflexiva de algunos videojuegos sobre el tema.

“Periodismo y Comunicación Intercultural: análisis comparativo de la construcción social de la realidad elaborada por la prensa diaria de cobertura nacional de Chile y Perú”, investigación de Alex Inzunza Moraga, desde el cambio de paradigma que cobra en el escenario actual globalizado la comunicación intercultural, y específicamente la que se genera mediante el ejercicio de la prensa diaria, presenta una aproximación teórico-metodológica para un análisis crítico del discurso que construyen los medios de comunicación. La pretensión es comprender los efectos de la comunicación para así entender las representaciones que éstos medios de comunicación hacen en relación a los discursos de la “diferencia”. La presente investigación, tiene como principal interés realizar un estudio comparativo del análisis crítico del discurso de la construcción social de la realidad presente en noticias

comunes en medios escritos masivos, para esto se analizan producciones noticiosas de diarios de mayor lectoría “El Mercurio” y “La Cuarta” de Chile y “El Comercio” y “Ajá” de Perú. Es un trabajo avalado por el ministerio de Educación chileno.

“Televisión y Estado: “historia de un amor inseparable”, de Patricio Pérez González, estudia como La televisión aparece como medio de comunicación de masas a mediados del siglo XX, y desde sus inicios logra posicionarse al alero de la institucionalidad estatal, por lo que muy rápidamente se convierte en el medio de comunicación de mayor importancia a la hora de establecer un lazo que conecte al gobernante con el gobernado.

“Hollywood: industria de pesadillas, según David Lynch” de Arantxa Solís Samper, parte del análisis de la película de David Lynch Mulholland Drive donde se estudia la crítica que el cineasta hace de la mayor industria mundial de cine: Hollywood. Se tiende a pensar comúnmente que es el lugar donde los sueños se hacen realidad, no sólo porque las fantasías se materializan en películas, sino porque los actores luchan durante años por ganarse un sitio. Pero Lynch no lo ve así, la película Mulholland Drive es un sueño en sí misma, que se torna pesadilla cuando la protagonista entra en contacto con el mundo corrupto de Hollywood. Y así nos retrata el cineasta lo que vivió durante sus años hollywoodienses. Este artículo utiliza la teoría del papel compensador de los sueños de Carl Gustav Jung y la del material onírico de Sigmund Freud para entender la pesadilla de la protagonista y desenmarañar los significados que Lynch oculta en el film.

“United colors of Benetton: un caso de suplantación de lo real”, de Bárbara Toro Castillo, se fundamenta en el análisis sobre los signos, paradigma dominante en la actualidad. En el marco de la hiperrealidad se analiza la lógica discursiva de las campañas publicitarias United colors of Benetton, como un caso de suplantación de lo real, extrapolando las características de la simulación y fases de la imagen/simulacro. Se han tomado en cuenta los referentes teóricos de Jean Baudrillard y el estudio sobre Benetton realizado por Henry Giroux.

“Publicidad y cultura” de Alejandra Vilches, se introduce en la práctica publicitaria que nació como parte de la actividad mercantil. Actualmente, encarna la responsabilidad de agente social. Es capaz de influir, no sólo en el estilo de vida de los ciudadanos, sino en la configuración de su cultura en general. Al mismo tiempo, la publicidad se transforma en paralelo a los sucesos tecnológicos, económicos y sociales. Publicidad y cultura son dos fenómenos que se retroalimentan.

RUTA (Revista Universitaria de Trabajos Académicos) afronta uno de los grandes retos del siglo XXI: en un mundo cada vez más interconectado, sometido a un desarrollo inédito de los medios de comunicación y los contenidos que vehiculan, es imprescindible contar con buenas herramientas de interpretación y análisis de los mismos. Es cuestión de supervivencia de la propia humanidad para no perderse en el laberinto de una comunicación sin control.