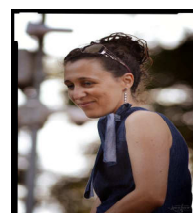


EL TRABAJO INVESTIGADOR EN COMUNICACIÓN DESARROLLADO DESDE LA UNIVERSIDADE DE VIGO, ESPAÑA

THE RESEARCHER WORK IN COMMUNICATION FROM THE UNIVERSITY OF VIGO, SPAIN

Ana Belén Fernández Souto¹
Universidad de Vigo



RESUMEN

Presentamos el actual número de la revista Orbis, en la que diversos investigadores y estudiosos de la Universidad de Vigo colaboran con reflexiones y artículos referentes al ámbito de la comunicación audiovisual, la comunicación organizacional y las relaciones públicas, la publicidad o la propaganda política.

PALABRAS CLAVE: Universidade de Vigo, comunicación, publicidad, Relaciones Públicas, comunicación audiovisual, comunicación organizacional, propaganda.

ABSTRACT

We present the current issue of the journal Orbis, in which several researchers and scholars of the University of Vigo collaborate with reflections and articles relating to the field of audiovisual communication, organizational communication and public relations, advertising or political propaganda.

KEYWORDS: University of Vigo, communication, advertising, Public Relations, audiovisual communication, organizational communication, political propaganda.

REVISTA indizada, incorporada o reconocida por instituciones como:

LATINDEX / REDALyC / REVENCYT / CLASE / DIALNET / SERBILUZ / IBT-CCG UNAM / EBSCO
Directorio de Revistas especializadas en Comunicación del Portal de la Comunicación InCom-UAB / www.cvtisr.sk / Directory of Open
Access Journals (DOAJ) / www.journalfinder.uncg.edu / Yokohama National University Library jp / Stanford.edu, www.nsdj.org
/ University of Rochester Libraries / Korea Foundation Advanced Library.kfas.or.kr /
www.worldcatlibraries.org / www.science.oas.org/infocyt / www.redhucyt.oas.org/ fr.dokupedia.org/index /
www.lib.ynu.ac.jp www.jinfo.lub.lu.se / Université de Caen Basse-Normandie SICD-Réseau des Bibliothèques de L'Université / Base
d'Information Mutualiste sur les Périodiques Electroniques Joseph Fourier et de L'Institut National Polytechnique de Grenoble /
Biblioteca OEI / www.sid.uncu.edu.ar / www.ifremer.fr / www.unicaen.fr / www.science.oas.org / www.biblioteca.ibt.unam.mx /
Cit.chile, Journals in Electronic Format-UNC-Chapel Hill Libraries / www.biblioteca.ibt.unam.mx / www.ohiolink.edu,
www.library.georgetown.edu / www.google.com / www.google.scholar / www.altavista.com / www.dowling.edu /
www.uce.resourcelinker.com / www.biblio.vub.ac / www.library.yorku.ca / www.rzblx1.uni-regensburg.de / EBSCO /www.opac.sub.uni-
goettingen.de / www.scu.edu.au / www.docelec.scd.univ-paris-diderot.fr / www.lettres.univ-lemans.fr / www.bu.uni.wroc.pl /
www.cvtisr.sk / www.library.acadiau.ca /www.mylibrary.library.nd.edu / www.brary.uonbi.ac.ke / www.bordeaux1.fr / www.ucab.edu.ve /
www.phoenicis.dgsca.unam.mx / www.ebscokorea.co.kr / www.serbi.luz.edu.ve/scielo / www.rzblx3.uni-regensburg.de /
www.phoenicis.dgsca.unam.mx / www.liber-accion.org / www.mediacioneducativa.com.ar / www.psicopedagogia.com /
www.sid.uncu.edu.ar / www.bib.umontreal.ca www.fundacionunamuno.org.ve/revistas / www.aladin.wric.org /
www.blackboard.ccn.ac.uk / www.celat.ulaval.ca / / +++ /
No bureaucracy / not destroy trees / guaranteed issues / Partial scholarships / Solidarity /
/ Electronic coverage guaranteed in over 150 countries / Free Full text /Open Access
www.revistaorbis.org.ve / revistaorbis@gmail.com

¹ Profesora titular en la Universidade de Vigo. Docente e investigadora especializada en comunicación organizacional, relaciones públicas y protocolo desde el año 1999. Profesora invitada en diversas universidades como la Universidade Dámaso Alonso Larrañaga (Uruguay), Minas Gerais (Brasil), Querétaro y UNAM (México), Costa Rica (Costa Rica), Nacional de Chile (Chile), Lumnsa (Italia), Dubrovnik (Croacia), Fernando Pessoa, Porto y Minho (Portugal), etc. Autora de varias publicaciones de su ámbito de especialización.

E-mail: abfsouto@uvigo.es Telf. +34 986 801 999

PRESENTACIÓN

Muy agradecida por la confianza depositada en mi para la coordinación de este número de la revista, debo comenzar mi labor como editora reiterando mil y una veces la entrega y disposición de todos los investigadores que han preparado un artículo y, por supuesto, nuestro sincero agradecimiento a la propia revista que nos acoge.

La Universidad de Vigo (España) imparte licenciaturas/grados en comunicación desde el año 1994, primero con la Licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas (siendo la única universidad gallega que imparte esta titulación) y después con la de Comunicación Audiovisual.

Por otra parte, Galicia es una de las diecisiete comunidades autónomas españolas, la más septentrional, y en el ámbito comunicativo cuenta con un mercado bastante limitado, pues las grandes empresas, las agencias de comunicación más importantes o las sedes de las instituciones más relevantes no se encuentran en esta región.

La suma de estos dos datos da como resultado un mercado muy saturado para los licenciados y graduados en comunicación que quieran ejercer su profesión en Galicia, aspecto este que se ve mucho más agravado con el actual proceso de crisis económica.

En un primer momento de planificación de los contenidos del número, pensamos en centrarlo en este panorama tan negativo, sin embargo, tras una reunión con todos los investigadores colaboradores decidimos dejar a un lado los malos agüeros y realizar una visión más positiva sobre distintos aspectos referentes al ámbito de la comunicación que se están desarrollando, analizando y estudiando desde nuestra Universidad.

Así pues, verán que los nueve artículos propuestos no cuentan con un eje común que los una, sino que abarcan especialidades diferentes, fiel reflejo del curriculum y especialidad teórica y/o práctica de cada uno de sus autores.

Los cinco primeros artículos están centrados en el ámbito audiovisual, aunque versan sobre especialidades y temáticas bien diversas:

En el primero de ellos, “Composición digital: perspectiva histórica de una evolución tecnológica”, el autor se centra especialmente en el contenido tecnológico. Como buen tecnólogo, el Prof. García plantea un debate sobre los efectos especiales y su uso en la producción cinematográfica.

La aportación de la Profesora Valderrama, junto con las investigadoras Asunción Boo y Nuria Costas, se centra en el ámbito televisivo, y analizan las principales series de ficción emitidas en Showtime.

Carlos Portas, en el tercer artículo de este número, retoma un tema clásico y aborda “El tratamiento informativo de las tragedias en los medios audiovisuales”. Desde el punto de vista de un licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas pero con una gran experiencia como periodista internacional, el investigador Portas relata –a su parecer- las claves en el tratamiento periodístico que debe buscar un equilibrio entre el derecho a la información y el derecho a la intimidad.

Siguiendo con el campo audiovisual, el investigador Puentes rememora un estudio de caso práctico ocurrido en España en los años 2011 y 2012 con los problemas de los derechos audiovisuales en las retransmisiones deportivas. A partir de este reportaje, Puentes plantea el debate sobre el conflicto entre las empresas de comunicación y los organizadores de eventos deportivos por el pago de los derechos audiovisuales.

Para cerrar este primer bloque dedicado y centrado en el ámbito de la comunicación audiovisual, la Profesora Anna Amorós , junto con la investigadora Patricia Comesaña plantean un nuevo estudio de caso, en esta ocasión, a caballo entre el ámbito audiovisual y el de las relaciones públicas, ya que su artículo “El audiovisual gallego en los Premios Mestre Mateo. Protocolo en la ceremonia” analiza la organización del principal evento de entrega de premios en el ámbito audiovisual que existe en esta Comunidad Autónoma y lo hace partiendo de un análisis de su comunicación organizacional.

El sexto y séptimo artículo se adentran en el ámbito publicitario. El profesor Corbacho reflexiona sobre “la publicidad internacional a ambos lados del Atlántico, el ejemplo de España y Estados Unidos”, fruto de una investigación más amplia vinculada con su Tesis Doctoral.

La profesora Montse Vázquez, experta en creatividad publicitaria, plantea un artículo sobre el uso de la música como recuerdo del pasado y su utilidad en la comunicación persuasiva. Desde siempre la música ha jugado un papel más que destacado en las campañas publicitarias y la Doctora Vázquez ofrece una reflexión sobre su utilización intencionada para provocar el recuerdo.

Dentro de este número de la revista, incluimos un único artículo referente al campo de trabajo de las Relaciones Públicas. Nos referimos al caso de “De las Relaciones Públicas a los nuevos conceptos de la comunicación: problemas terminológicos”, planteado desde el punto de vista de una especialista en teoría de las relaciones públicas y la comunicación organizacional.

Finalmente, el último artículo de este número va dedicado a la propaganda política y la comunicación institucional. Las investigadoras Isabel Martínez y María Gallego plantean una investigación sobre un caso real que han trabajado de forma profesional. Desde el punto de vista de dos profesionales del ámbito del periodismo y la producción audiovisual, se nos ofrece una perspectiva comparada sobre los debates electorales de los dos principales candidatos a la presidencia del gobierno español en las elecciones generales celebradas en los años 2008 y 2011.

Con este compendio de artículos intentamos ofrecer una visión conjunta de la amplitud de investigaciones y trabajos científicos que se están desarrollando desde varios miembros del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidade de Vigo y confiamos en haber conseguido un doble objetivo: por una parte, deleitar al lector con las experiencias investigadoras que hemos venido trabajando últimamente y por la otra, propiciar la reflexión y el debate sobre el estado actual de diversos aspectos referentes a la comunicación que siguen y seguirán en boga, como la publicidad, la producción audiovisual, la propaganda política, la comunicación organizacional y las relaciones públicas.