

## Editorial Presentación

**E**ste Volumen 9, número 1 de la Revista *Publicitas: Comunicación y Cultura* del Departamento Publicidad e Imagen de la Universidad de Santiago de Chile, se publica gracias a las contribuciones de investigadores, académicos, profesionales y estudiantes del ámbito de la comunicación y disciplinas afines.

Como hemos vivido el año 2021, al igual que 2020, la Humanidad está viviendo una crisis sanitaria derivada de la pandemia del Corona Virus, sin precedentes en la historia humana.

Estamos conscientes que nuestros colaboradores, plenamente comprometidos y comprometidas con este propósito han hecho un gran esfuerzo para dar continuidad a esta publicación universitaria lo que les agradecemos sinceramente.

La edición se inicia con el artículo de la Diseñadora en Comunicación Visual, Mg. Aracelli Muñoz Baldi, mediante el cual la autora plantea aportaciones sobre la importancia del uso de la metodología proyectual y la metodología de diseño en la enseñanza de la disciplina del Diseño Gráfico y su relación con la investigación académica, favoreciendo la apertura a distintos saberes del ámbito del conocimiento. Comienza con una síntesis del surgimiento de las metodologías a nivel internacional, para continuar con su inserción histórica en el ámbito nacional a partir de la institucionalización de la enseñanza del diseño gráfico en Chile.

Señala que a la par del auge de la metodología proyectual que logra mayor reconocimiento a finales de la década del 60, impulsada por las necesidades de

la industria y la fabricación nacional, junto con la llegada al país del diseñador alemán Gui Bonsiepe. Esto propicia el diálogo con la comunidad de diseñadores, sobre los métodos, prácticas y experiencias.

La publicación continúa con el artículo de la diseñadora y académica Ximena Rosselló Zeldis que, desde el análisis semiótico, aborda la figura- autoridad del reconocido animador de la televisión chilena Mario Kreutzberger, más bien conocido como Don Francisco, quien alcanzó una gran notoriedad a través del evento televisivo denominado Teletón dedicado a recaudar fondos para niños/niñas y jóvenes con discapacidad en Chile.

Rosselló, utiliza la metodología de la encuesta para obtener insumos sobre la percepción que una muestra de población chilena tiene sobre el personaje y, posteriormente, aplicó un análisis semiótico sobre las campañas de prensa, como de las palabras de cierre emitidas por el animador al concluir el evento cuyo sustrato teórico viene de las aportaciones de autores como Barthes, Eco y Aumont.

Asimismo, en el ámbito de la autoridad Rosselló realiza una fina revisión bibliográfica de los autores claves que han estudiado dicho concepto desde distintas perspectivas, incluyendo su aceptación como parte fundamental del orden social, hasta su dimensión irracional. Finalmente, con el objetivo de sistematizar los hallazgos del análisis y la revisión de literatura, utilizó una propuesta metodológica planteada por Kathya Araujo que contempla cuatro componentes a considerar para el análisis de la autoridad desde su dimensión relacional e interactiva.

El tercer artículo está en manos del doctor Rubén Dittus que, bajo el título de Introducción a una Semiótica del Guion, nos plantea su visión que el guion puede ser considerado cualquier texto transitorio -gráfico o escritural- que da vida a un relato que tiene significado, dirección y finalidad, pero que sólo es orientador para otro texto definitivo.

Dittus presenta las bases para el ordenamiento conceptual de una semiótica del guion audiovisual, reconociendo un conjunto de influencias teóricas que vienen configurando hace más de cuarenta años un quehacer en el cine, publicidad y las series de televisión, que permiten hablar de un diseño escritural universal con códigos creativos y estructuras específicas. Asimismo, plantea un conjunto de teorías, prácticas y métodos del universo semiológico y estético, que ayudan a entender el guion como un objeto de estudio autónomo, con exigencias y nomenclaturas propias, y que han logrado separarse de las históricas influencias de la semiótica en los ámbitos del teatro y del cine.

Finaliza esta publicación con el texto del novel publicista Francisco Antonio García Ortiz que bajo el título “Divide y vencerás: Un ensayo sobre las relaciones de poder en la política y sociedad del 2021, nos invita a introducirnos a los vericuetos del poder.

García nos señala que el 2021 ha empezado fuerte con polémicas en la bolsa y el foro web Reddit, escándalos con las vacunas en una carrera contra el tiempo para conseguir la inmunidad de rebaño y llegar a la tan deseada “Post pandemia” y el retroceso del estado de libertad y democracia en muchos países en pro de políticos populistas o elitistas quienes buscan separar a la gente para conseguir llegar al poder.

El autor nos plantea que dentro de todo esto existen muchas investigaciones y teorías que indican que no estamos a merced de una élite y de los poderosos, sino que el poder lo tenemos nosotros, y la capacidad de generar cambios para mejor también. Plantea la necesidad de exigir más y tener más crítica de quien le damos el poder.

**Dr. Armando Muñoz Moreno**

**Director**

**Revista Publicitas: Comunicación y Cultura**

**Email: [armando.munoz@usach.cl](mailto:armando.munoz@usach.cl)**

**ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0067-1632>**