

## ¿Cuál es la agenda de investigación en comunicación en Latinoamérica?

Aquí exponemos algunos apuntes con fundamento en eventos realizados en el 2012, tales como el XI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación ALAIC[1], el XIV Encuentro de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social -FELAFACS[2] y el Encuentro Nacional de Investigación en Comunicación[3]. La revisión de las temáticas propuestas, en estos espacios, así como del número de ponencias presentadas por tema en ALAIC, permite algunos apuntes para la reflexión.

En cuanto a los temas de investigación se encuentran varios énfasis, todos ellos abordados en el encuentro de ALAIC.

Comunicación intercultural y folkcomunicación; comunicación organizacional y relaciones públicas; comunicación política y medios; comunicación y educación; comunicación y salud; economía política de los medios; estudios de recepción; comunicación popular y comunitaria; teoría de la metodología de la investigación; comunicación, tecnología y desarrollo; comunicación y estudios socioculturales; comunicación y cambio social; comunicación publicitaria; discurso y comunicación; estudios de periodismo; y comunicación y ciudad; comunicación digital, redes y procesos, historia de la comunicación, ética, libertad de expresión y derecho a la información.

En el evento de FELAFACS el interés se centró en la comunicación digital[4]. En el Encuentro Nacional de Investigación, además de los tradicionales estudios de periodismo, comunicación organizacional, comunicación política, cambio social, narrativas, discursos y lenguaje, se abordó la formación y la práctica profesional en comunicación.

En el abanico de temas, ALAIC (2012), se observa que el mayor número de ponencias se concentraron en historia de la comunicación (80), comunicación digital (70), comunicación política y medios (70), Comunicación y Salud (63), discurso y comunicación (60), y los estudios de periodismo (60). Este dato además de confirmar el interés actual por la indagación en comunicación digital, evidencia el posicionamiento de la pregunta de la comunicación en relación con la historia y la salud. Entre los temas tradicionalmente abordados continúa vigente el interés por los estudios de recepción (52), la comunicación intercultural y folkcomunicación (51), comunicación, tecnología y desarrollo (45) así como la comunicación popular y comunitaria (40) y la teoría de la metodología de la investigación (40).

Entre las temáticas, que al parecer, pierden interés investigativo en la región, están los estudios socioculturales (38), comunicación y ciudad (30), comunicación organizacional y relaciones públicas (30), comunicación y educación (28) y la economía

política de los medios (26). Es de anotar que aunque las temáticas sobre ética, libertad de expresión y derecho a la comunicación (30) y la de comunicación publicitaria (22) se ubican también en este grupo, es necesario interpretar, en el caso de la ética, que es un tema que resurge; y en el de la comunicación publicitaria (22) que es un abordaje investigativo que emerge con perspectiva crítica, impulsado desde Brasil. País que ocupa el primer lugar en producción y difusión de conocimiento en comunicación en la región, seguido por Argentina, México y Colombia.

A estos apuntes se integra la reflexión de Jesús Galindo Cáceres, conferencista en el Encuentro Nacional de Investigación, quien planteó que "... la nueva cosmología de la comunicación pasa de objetos a conversaciones" lo que hace necesario comprender el mundo lógico de la vida social en dicha perspectiva. Al respecto, y en relación con las temáticas del evento, propuso "Pensar los medios como espacios de articulación", "ir más allá de los conceptos de emisores y receptores". Convoca a pensar diseños curriculares que inviten a "aprender haciendo" ya que señala que la comunicación más que un "rollo" es una práctica, un hábito, una estructura cognitiva. Considera pertinente preguntarse ¿Qué tan expertos son los comunicadores para trabajar tejido social y aplicar reingeniería social? ¿Qué tan expertos para hacer redes sociales, configuraciones familiares y propuestas mediáticas que fortalezcan el vínculo social? Alienta a pensar el cambio social como una discontinuidad y no como ruptura[5], a entender que la comunicación popular no es una teoría sino un campo problemático, y a que el conjunto de la sociedad, empezando por el Estado y las Universidades valoren, estimulen y generen procesos de consolidación de los grupos de investigación.

Estos apuntes, no cierran el tema, por el contrario invitan a la reflexión rigurosa de la investigación en comunicación; asunto complejo más al momento de conectar con las agendas del sector público, privado, educativo, político, económico, social, cultural, y con las necesidades y premuras de los contextos locales, nacionales y globales. ¿Qué se investiga?, ¿Por qué? ¿Para qué?

Antes de presentar el contenido y los articulistas de esta edición, es menester manifestar complacencia por la posibilidad de encuentro, debate y prospectiva de la investigación que abre la Asociación Colombiana de Investigadores de la Comunicación- ACICOM, constituida el 30 de junio del presente, y de la cual soy miembro fundadora.

También manifestamos nuestro agradecimiento a los lectores por su interés en esta publicación que en su edición No8 trae reconocidos estudiosos de la comunicación como Agrivalca Canelón, de Venezuela, quien planea la reflexión del DirCom como antropólogo de la organización; Jorge Aguilera, que aborda el tema de las organizaciones en la era de la conversación, el reconocido Joan Costa, quien nos comparte su modelo MasterBrand de construcción

y gestión de marca y Cosette Castro, de Brasil, que refiere a la producción de contenidos digitales

interactivos como estrategia para el desarrollo. En el tema de la divulgación científica Giovanni Villalón García nos comparte la estrategia desarrollada en Santiago de Cuba. El egresado Héctor Camilo Úsuga Flórez publica "los aprendizajes de su práctica profesional". Se publica, también, el segundo artículo de la intervención realizada a los medios alternativos de Medellín.

En la sección audiovisual, se presentan apartes de la conferencia de Ignacio Ramonet sobre la "Explosión del periodismo" tema de su nuevo libro; así mismo los estudios etnomusicales adelantados por la Doctora María Eugenia Londoño de la Universidad de Antioquia. En Podcast Renato Paone nos comparte su nueva producción discográfica "Simbangolé".

### **MÓNICA MARÍA VALLE FLÓREZ**

Directora Grupo de Investigación en Comunicación  
Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid

[1] Montevideo- Uruguay, 9,10 y 11 de mayo. 2012.  
<http://alaic2012.comunicacion.edu.uy/XICongreso>

[2] Lima - Perú, 15 y 18 de octubre. <http://www.felafacs.org/xiv-encuentro-latinoamericano-de-facultades-de-comunicacion-social/>

[3] Colombia- Bogotá, 24, 25 y 26 de octubre. <http://www.javeriana.edu.co/unesco/>

[4] Los medios, plataformas y modelos de negocio en la era digital: contenidos, sujetos, nuevos medios, escenarios financieros y ambientales, ciudadanía y política digital, experiencia de ciudad digital, brecha digital, derechos intelectuales, etc. <http://www.felafacs2012.pe/>

[5]"En parte, los cambios que se han dado en la historia de la vida social han sido formas de continuidades, eso lo saben los biólogos, los químicos, los paleontólogos y también lo sabemos los ingenieros sociales...Las rupturas son costosísimas. La revolución solamente sucede como último recurso y cuando sucede el costo es altísimo, se estaría en la línea de la muerte entrópica. Cuando hay una revolución, hay o una terrible adaptación a sus consecuencias o la muerte, la extinción, la desaparición". Jesús Galindo Cáceres. XIX Cátedra Unesco de Comunicación / Encuentro Nacional de Investigación en Comunicación. Universidad Javeriana. Bogotá- Colombia. Octubre 2012.

<http://www.javeriana.edu.co/unesco/objetivo.html>

**DOI. 10.33571/revistaluciernaga.v4n8a1**