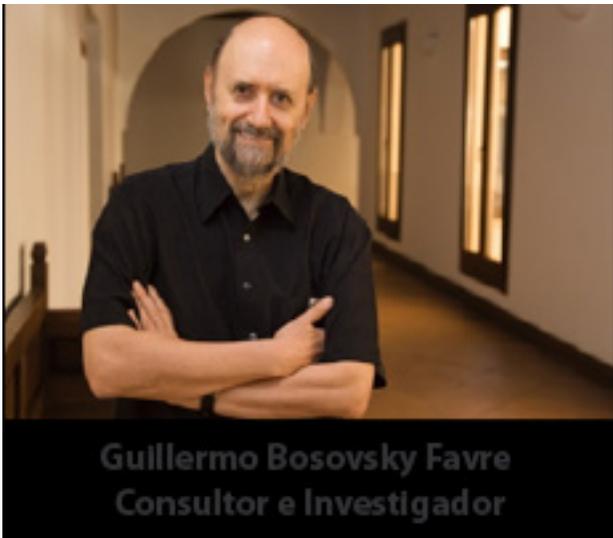


Investigación de públicos [IP] y modelo de trabajo Co-Int.

En el contexto de las políticas económicas liberales: competitividad y mercado, los estudios de públicos son cada vez más requeridos [1]. Señala el consultor Guillermo Bosovsky Favre [2], que las empresas tienen un gran interés en investigar al cliente, lo que implica un análisis integral de lo sensorial, emocional, funcional, cognitivo, simbólico, de la experiencia vivida por éste en el momento de la compra, en su relación con el servicio, en su utilización o consumo de los productos y en la mediación social de las significaciones y los valores.



Las organizaciones requieren captar los *"insights"* [3] de las experiencias de sus diferentes públicos y para tener esa capacidad, argumenta Bosovsky, conviene contar con personal preparado que domine los procedimientos de la investigación, y les combine con las herramientas tecnológicas tal como se requiere en las profesiones de importancia estratégica. Bosovsky propone además, el Modelo Co-Int., para el desarrollo de proyectos y productos innovadores, el cual se fundamenta en la co-elaboración con los clientes.

"Hay que incorporar a los clientes en el staff estratégico de los proyectos. Hay que crear un diálogo más eficaz y profundo entre las empresas y los destinatarios de sus proyectos. El diálogo es fallido siempre que una parte (la empresa) intenta abordar las dos perspectivas: la suya propia y la de sus clientes. Las dos deberían estar presentes desde el principio de los proyectos".

Para actualizar a los profesionales en este tipo de investigación y modelo de trabajo, el Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid ofrecerá mediante convenio con el Dr. Guillermo Bosovsky y el Dr. Joan Costa, el Diplomado On line: Investigación de públicos para la planificación y gestión de estrategias de comunicación. En Septiembre de 2014, se impartirá el Seminario- taller: Ingeniería social en comunicación, a cargo del Dr. Jesús Galindo Cáceres. Éste tendrá lugar en Medellín, del 25 al 27 de septiembre. Está dirigido a docentes e investigadores de comunicación, sociología, trabajo social y antropología [4].

Pasando a la presentación de esta nueva Edición, la número 10, destacamos el selecto equipo de investigadores que publicaron en la Revista.

El Dr. Luca Bussotti, del Centro de Estudios internacionales de ISCTE-IUL Lisboa, nos comparte la metodología y los resultados de la investigación en que analiza el cubrimiento que la prensa de Mozambique hizo del riesgo ambiental en el caso Bypass de mozal. Texto que se publica en inglés, portugués y en español. La Dra. Rosario Sánchez Vilela de la Universidad Católica del Uruguay, presenta el artículo *Frame analysis* para el estudio de la recepción. Los "estudios de encuadre" o *"framing theory"*, están estrechamente ligados a temáticas políticas. Se encuentran estudios del "efecto de encuadre" que se suelen inscribir en la tradición de la teoría de los efectos, pero pretenden configurar un modelo diferenciado respecto a otros modelos, especialmente los de agenda *setting* y *priming*.

Otros investigadores internacionales que exponen su conocimiento en esta Edición son: Dr. Vladimir de Semir Zivojnovic de la Universitat Pompeu Fabra - (UPF)- Barcelona, quien presenta un interesante texto sobre la comunicación científica en la que alude a los protagonistas y públicos de ésta; y el Dr. CARLOS A. SCOLARI, También de la UPF, del que publicamos la reseña del libro "La Semiosis Social 2. Ideas, momentos, interpretaciones", del reconocido intelectual argentino, Eliseo Veron.

Los investigadores colombianos, también tienen presencia en esta Edición.

Del Dr. Pedro Felipe Diaz Arenas, Docente-investigador y director académico del Programa de Comunicación Social - Periodismo de la Universidad del Quindío, se publica estudio en el que se analiza la estética como experiencia de la sensibilidad en el ámbito contemporáneo. Del Dr. Lizandro Angulo Rincón de la Universidad del Tolima, compartimos su análisis de la televisión comunitaria. Los Magisters Alexander Marín López de la Fundación Universitaria Luis Amigó y Gustavo Adolfo Zapata Calderón del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, presentan su estudio en el que dan cuenta de la percepción de los docentes de universidades públicas de Colombia en torno a la virtud, la felicidad y la autonomía en su trabajo. Investigación derivada del macroproyecto "Estudio internacional sobre calidad de vida laboral en organizaciones de servicios humanos-Wonpum" liderado por el profesor Joseph María Blanch de la Universidad de Barcelona.

En la sección entrevistas, el Dr. Paul Capriotti, Director del Master en "Comunicación Estratégica en la Sociedad del Riesgo"-Masterdec- de la Universidad Rovira i Virgili (Tarragona, España), nos comparte su pensamiento acerca de la comunicación en los museos, la gestión estratégica de la identidad y de la imagen corporativa, así como de la formación en comunicación organizacional. Alexandra Urán, Antropóloga de la Universidad de Antioquia, es la invitada a la sección Mujer Científica. También en esta sección audiovisual, en compañía de Carolina Tabora- Directora del Grupo de teatro "El Conflicto", del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, presentamos los proyectos de investigación que se han llevado a las "tablas" en pro de otras maneras de difundir la ciencia. En el Podcast les compartimos los

“Paisajes Sonoros de Antioquia” proyecto liderado por destacados músicos de esta Región.

Una vez más, la Revista Luciérnaga, comprometida con la divulgación científica, coloca al alcance y disposición de sus lectores sólidos y estructurados artículos de investigación así como temas claves para el avance del pensamiento y cultura científica. Invitamos a los estudiantes, profesores e investigadores a utilizarla en el aula.

La Revista Luciérnaga es posible gracias a nuestra institución, a un comprometido equipo de trabajo, a investigadores, colegas y amigos que encuentran en esta propuesta un medio para la difusión de sus estudios. La Edición anterior, a la fecha de esta narración, contaba con más de 2 mil 400 visitas.

Notas:

[1] En la investigación social, los estudios de público (EP) son una herramienta fundamental para las organizaciones ya que se ocupan de analizar toda la gama de comportamientos, actitudes, construcciones imaginarias, hábitos y consumos culturales de los diferentes públicos. Son especialmente interesantes en el desarrollo de proyectos de innovación, mercadeo y comunicaciones. Estos estudios no son cosa nueva, en Estados Unidos se encuentran trabajos realizados desde 1928. Entre los pioneros de este tipo de investigación está Galton (1822-1911), quien observó y analizó el comportamiento del público en las salas de exposición de los museos victorianos de su época; Robinson, Shettel, Screven, hicieron aportaciones teóricas y metodológicas decisivas para el desarrollo de este campo de investigación. A partir de los años 90 en México y América Latina se empezaron a realizar este tipo de estudios especializados en las prácticas y el consumo cultural para conocer a los receptores de la cultura.

[2] Guillermo Bosovsky Favre- Conferenciante, profesor e investigador en diversas instituciones, universidades y escuelas de negocio, y profesor en Máster Internacional de Dirección de Comunicación (DirCom) y en Máster de Dirección de Marketing, en universidades de España y América Latina. Tiene más de treinta años de experiencia profesional en investigación, marketing, comunicación y consultoría estratégica. Ha desarrollado más de 400 proyectos de investigación y asesoramiento estratégico en marketing y comunicación para empresas, organismos de las administraciones públicas, agencias de publicidad y consultoras. Psicólogo por la Universidad Nacional de Buenos Aires, Máster en Marketing por la Universidad Complutense de Madrid; y especializado en comunicación, psicología social e investigación sociocultural. Miembro del Comité Consultivo de la Red DirCom Iberoamericana. Director de Doxa-, Marketing, Comunicación, Innovación. www.doxaweb.es

[3] Insight: memes, genes culturales, aquellos pensamientos y conductas, cotidianos y recurrentes que le dan vida a nuestros mundos, a nuestros estilos de vida. Malhotra, N. K.

[4] Mayores informes en: investigacion_comunicacion@elpoli.edu.co; mmvalle@elpoli.edu.co. Teléfono. 319-79-00 Ext 489.

DOI. 10.33571/revistaluciernaga.v5n10a1