

COMUNICACIÓN SOCIAL EN COLOMBIA:

Estudios realizados y tendencias en líneas de investigación (2006-2013)

William Ricardo Zambrano Ayala*

Andrés Barrios Rubio**



Resumen

En el artículo se describen los estudios realizados en Colombia desde 2006 hasta 2013 y se presentan las tendencias en las líneas de investigación en este campo de estudio. Para ello se tomó como base la información suministrada por 80 programas de pregrado de Facultades de Comunicación Social identificadas en el País. La indagación permite destacar 17 campos disciplinares y 3 nuevas líneas de investigación en comunicación.

Entre los campos se encuentran: industrias culturales, comunicación y vida cotidiana, comunicación y desarrollo socio económico, democratización y servicio público de las comunicaciones, comunicación alternativa y desarrollo social sostenible. Las tendencias en cuanto a líneas de investigación: comunicación como concepto; medios como soportes materiales, como instancias significativas y como instituciones socio históricas; y la investigación de la comunicación como práctica social.

Palabras clave:

Comunicación social, investigación en comunicación, comunicación social en Colombia, comunicación y sector productivo, industrias culturales.

Recibido: 3 de marzo de 2014. **Aceptado:** 6 de marzo 2014

*Posdoctor en Dispositivos Móviles, Doctor en Sociedad de la Información y del Conocimiento, Magister en Comunicación, Especialista en Comunicación Visual, Especialista en Gerencia en Recursos Humanos, Mercadólogo y publicista, Administrador de Empresas, Comunicador Social – Periodista. Director Programa de Comunicación Social- Facultad de Comunicación. Fundación Universitaria Panamericana "Unipanamericana" Bogotá – Colombia. E:mail: williamzambrano@unipanamericana.edu.co

** Doctorando en Contenidos de Comunicación en la Era Digital, Magister en Administración de Empresas con Especialidad en Dirección de Proyectos, Especialista en Edición Digital y Multimedia, Comunicador Social – Periodista. Director Emisora Óyeme UJTL, Coordinador Programa de Tecnología en Producción Radial, Programa de Comunicación Social – Periodismo- Facultad de Ciencias Sociales- Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, Bogotá – Colombia. Email: andres.barrios@utadeo.edu.co; andres.barrios@outlook.com

SOCIAL COMMUNICATION IN COLOMBIA:

Conducted studies and trends in research areas (2006-2013)

William Ricardo Zambrano Ayala*

Andrés Barrios Rubio**

Summary

The article studies in Colombia from 2006 to 2013, and trends in the research in this field of study are presented described. This is taken based on information supplied by 80 undergraduate programs of Faculties of Social Communication identified in the Country. The inquiry allows highlighting 17 disciplinary fields and 3 new lines of communication research.

Among the fields are: cultural industries, communication and daily life, communication and socio-economic development, democratization and public service communications, alternative communication and sustainable social development. The trends in research areas: communication as a concept, means and material supports as significant historical instances and partner institutions and research of communication as a social practice.

Keywords:

Social communication, communication research, social media in Colombia, communication and production sector, cultural industries.

Received: : March 3, 2014. **Accepted:** March 6, 2014

*Postdoc in, Doctor in Information Society Mobile Devices and Knowledge, Master of Communication, Visual Communication Specialist, Specialist in Human Resources Management, marketer and publicist, Business Administrator, Social Communicator - Journalist. Director-School of Communication Social Communication Program. Fundación Universitaria Panamericana "Unipanamericana" Bogotá - Colombia. E:mail: williamzambrano@unipanamericana.edu.co

**Files PhD in Communication in the Digital Age, Master of Business Administration with a concentration in Project Management Specialist Digital Publishing and Multimedia, Social Communicator - Journalist. Hear me UJTL Station Manager, Program Coordinator Radial Production Technology Program of Social Communication - Journalism, Faculty of Social Sciences University of Bogotá Jorge Tadeo Lozano, Bogota - Colombia. Email: andres.barrios@utadeo.edu.co ; andres.barrios@outlook.com

INTRODUCCIÓN

La calidad de la educación superior está íntimamente asociada con la práctica de la investigación; la cual debe ser utilizada pertinentemente en la docencia y en la realidad. Según la Ley 30 de 1992, la función de la investigación en la universidad, se refiere a la búsqueda y generación de conocimiento, a la experiencia de investigación de alto nivel, más que al solo hecho de vincular productos de investigación a la docencia. La investigación en pregrado es un proceso de búsqueda de nuevo conocimiento, caracterizado por la creatividad del acto, por la innovación de ideas, por los métodos rigurosos utilizados, por validación y juicio crítico de pares.

La investigación no es exclusivamente descubrir lo nuevo, develar lo oculto, enseñar lo ignorado, diluir lo misterioso; investigar es como diría Heidegger (1997, p.12) es observar lo que por anticipado estaba y pasaba desapercibido; como afirma Ardila (2010, p.41) investigar es reconocer, observar lo que ya estaba con otra mirada, otro gesto, otro estilo; investigar es ver la realidad, visibilizar los fenómenos y actuar conforme con las opciones comunicativas, hermenéuticas y complejas. Las consideraciones anteriores se dan en una contemporaneidad en la que el mundo de la comunicación es a la vez la construcción mundo; según (Beriaín 2004, p.62).

“se generan estas reflexiones en procesos en medio de la existencia de procesos de globalización, de modernización múltiples, de polimorfos y de disputa”.

La investigación en comunicación se centra en estudiar los procesos de producción, circulación, intercambio, negociación y usos de formas simbólicas en la vida social. En tal sentido, la investigación en comunicación se pregunta por la manera como una sociedad amplía o recorta la red de relaciones sociales, los modos de expresión y significación de sus habitantes, la participación ciudadana, la libertad de expresión y de información de diversos actores sociales, el grado de accesibilidad a los medios de comunicación y el reconocimiento que estos hacen de la pluralidad regional, social, cultural y política de una sociedad.

Para la Asociación de Facultades de Comunicación Social (Afacom, 2012, p.18), la comunicación es considerada un campo de conocimiento transdisciplinar, más que una

disciplina [1]. Se entiende la comunicación, de acuerdo con los fundamentos epistemológicos retomados por la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAI, 2012, p.3), como producción común de sentido, sobre la realidad sociocultural, conformada por “un campo posible de configuración de nociones, visiones, percepciones, intenciones, operaciones y acciones comunes, que se construyen y se configuran nuevamente en otras” (Aguilera, 2004, p.32).

La comunicación se entiende como un proceso de construcción de sentidos sociales, de creación de imaginarios, y producción y circulación de contenido. Es la constructora de sentidos, articuladora de procesos sociales y generadora de puentes entre diversos actores, para asumir un rol de transformación social. Sin embargo, existen diferentes miradas sobre la comunicación como disciplina, ciencia, campo o interdisciplina:

“no existen propósitos comunes que los unan, ni cuestiones disputadas que los dividan”.

La comunicación como fenómeno social, cultural y empresarial ha sido catalogada la disciplina más importante del siglo XX. En este escenario histórico, y con la aparición de los medios masivos de información, surgió el interés y la necesidad de adelantar importantes estudios acerca del proceso de comunicación que se relaciona con el saber de las comunicaciones masivas, los análisis acerca de las industrias culturales y sus avances en la economía, la política y la cultura.

Es por eso que la comunicación debe su impulso históricamente a la necesidad de explicar los fenómenos sociales provocados por su desarrollo, de ahí nacen las líneas de investigación [2], según las tendencias temáticas y los enfoques metodológicos alrededor de los cuales se viene construyendo el campo de la investigación en comunicación en los diversos periodos históricos de nuestro país. El interés investigativo siempre ha sido:

“desenredar el fenómeno complejo de la comunicación, permitiendo comprender las relaciones de causalidad, las consecuencias y los impactos de los fenómenos comunicativos”, Ocampo (2007, p.34).

Es decir, se hace investigación para transformar el conocimiento de un campo específico o para producir nuevos conocimientos en el área.

Por tal motivo, el objetivo de este trabajo es sistematizar el estado de la investigación de comunicación en pregrado en Colombia, con el fin de realizar una ampliación tanto de los campos como de las líneas de investigación, plantearlas e integrarlas.

La investigación se divide en tres partes: la primera, describe los estudios realizados desde 2006 hasta 2013 que no han sido clasificados hasta el momento (existe compilados desde 1959 hasta 2005); la segunda, identifica las políticas públicas nacionales y las necesidades que demanda en comunicación el sector productivo colombiano; y la tercera parte, relaciona el análisis de investigación, desarrollo y transferencia (I+D+T) en comunicación que requiere la industria cultural colombiana, con el fin de proponer líneas de investigación más profundas de acuerdo con las tendencias y núcleos de interés según las necesidades de las industrias culturales.

Esta investigación es importante porque se constituye en un documento retrospectivo, prospectivo, estratégico y argumentativo; además de ser una directiva conceptual y metodológica para orientar la investigación en comunicación; de igual forma, aportar elementos para la formulación, asesoría, evaluación y validación de proyectos de investigación.

1. METODOLOGÍA

Para realizar esta investigación, se empleó el método cualitativo y cuantitativo por su “descripción, argumentación e interpretación para comprender el objeto de estudio” (Mohor, 2008, p.15), lo cual facilitó el aporte de datos e información para fundamentar el análisis. Para rastrear los antecedentes, la situación actual y perspectivas de las líneas de investigación en Comunicación, se tomó como corpus las líneas de investigación adelantadas por cada universidad sobre esta área, además, se consultaron archivos del Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación (Colciencias) [3], bases de datos de Afacom, de la Asociación Colombiana de Investigadores de la Comunicación (Acics) y de la Asociación Colombiana de Investigadores en Comunicación (ACICOM). Se identificaron

políticas nacionales públicas consignadas en los documentos del Plan Nacional de Desarrollo “Prosperidad para todos”; en Colciencias según las ventajas competitivas, demandas tecnológicas y de conocimiento; y en los Programas Nacionales y Áreas Estratégicas del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (SNCTI). De igual forma, se consultaron empresas privadas, gremios y miembros de sectores relacionados con la comunicación, el conocimiento, la innovación, la producción y *la competitividad nacional*.

Para tal fin, se formulan las siguientes preguntas: ¿Cuáles han sido los estudios realizados sobre la comunicación en Colombia entre 2006 y 2013? ¿Cuáles son las tendencias temáticas en Comunicación en el país? ¿Cuáles serán las líneas de investigación predominantes para fortalecer este campo?

Para responder a los interrogantes formulados, se tomó de una base de 80 programas de pregrado de Facultades de Comunicación Social identificadas en Colombia; una representación del 82% de encuestas respondidas mediante un formulario digital con 29 preguntas abiertas (ver Tabla 1) enviado vía Internet a la totalidad de Facultades de Comunicación, con el fin de conocer su producción científica, la cual se fundamentó en investigaciones y no en disquisiciones teóricas o en artículos descriptivos de experiencias.

Tabla N1.

Encuesta: sobre líneas y trabajos de investigación de comunicación de 2006 hasta 2012

UNIVERSIDAD PANAMERICANA- FACULTAD DE COMUNICACIÓN	
Grupo de investigación	
PROTOCOLO PARA LA FORMULACIÓN DE LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	
Cordial saludo a continuación encontrará una serie de preguntas sobre líneas y trabajos de investigación de comunicación desde el primer semestre de 2006 hasta el segundo de 2013, a fin que responda cada una de ellas con la mayor objetividad posible. No es necesario firmar la encuesta.	
Nombre de la universidad	Fecha
PREGUNTAS	DESCRIPCIÓN
¿Cuáles son los pregrados y posgrados en Comunicación que tiene la universidad?	
Nombre de la línea de investigación en pregrado	
Programa académico que soporta la línea	
Estado actual de la línea	
Fundamentación teórica de la línea	
Núcleos problemáticos de investigación asociados a la línea	
Trabajos, estudios e investigaciones en comunicación	
¿Qué estudios en comunicación, temáticas y enfoques metodológicos han realizado de 2006-2012.	
¿Qué temas centrales han tratado de investigación en medios de comunicación y en periodismo en dicho periodo?	
¿Qué campos de la comunicación se investiga más?	
¿Qué investigaciones han hecho en otros temas de comunicación?	
¿Tiene centros de investigación?	
¿Qué líneas de investigación marcarán las tendencias de este campo?	
¿De los siguientes campos disciplinares de la comunicación cuáles han tenido de mayor estudio en su Facultad o programa y por qué?	
Presentar la descripción de cada uno, el nombre del estudio y el número de investigaciones realizadas	
Aportes históricos: estudios que se ocupan de la descripción de un fenómeno comunicacional a lo largo de un cierto periodo de tiempo.	
Análisis de procesos comunicativos: busca interpretaciones del contexto en momentos estratégicos.	
Estudios de medios de comunicación: descripción y análisis	
Estructura de poder: se describe y analiza los principales mecanismos de poder económico y político que se establecen dentro del sistema de comunicación	
Estudios de recepción: análisis de nuestros medios de comunicación primordialmente de la producción de los mensajes, su recepción y apropiación por parte de la audiencia.	
Comunicación alternativa y desarrollo social sostenible: desarrollo de conceptos analíticos provisorios y estudios descriptivos de algunos fenómenos de la comunicación en prensa, radio y televisión comunitaria.	
Doctrina y ética: reflexión del fenómeno comunicativo desde una perspectiva ética, sin incorporar otros elementos analíticos.	
Comunicación para la acción: se formulan o evalúan modelos o experiencias de comunicación aplicados en programas de desarrollo social, educativos y de capacitación.	
Comunicación y desarrollo socio económico: estudios en el desarrollo de una comunidad nacional o de una región, se asocian a indicadores que tienen que ver con la cobertura de servicios de comunicaciones tales como la telefonía, la telegrafía, acceso a medios masivos y servicio postal.	
Democratización y servicio público de las comunicaciones: estudios sobre participación de los diversos grupos comunitarios, gremios, asociaciones cívicas o movimientos sociales.	
Nuevas tecnologías de información y Comunicación (NTIC): implicaciones sociales, culturales y políticas.	
Comunicación y vida cotidiana: sobre integración de la información con los eventos cotidianos, estudios sobre la sociedad informatizada.	
Comunicación, cultura y desarrollo: prácticas cotidianas; relación de la comunicación con la cultura; producción e intercambio de significaciones; expresiones comunicativas como prácticas culturales; cultura masiva y culturas populares.	
Industrias culturales: producción de medios y su uso social, la publicidad, contenidos, audiencia y trabajos artísticos, medios y usos sociales.	
Comunicación, periodismo y sociedad: comunicación política y opinión pública; tratamiento periodístico de la información; medios y participación ciudadana comunicación; y sociedad.	
Comunicación y política: estudios que entregan recomendaciones para el funcionamiento o la transformación del sistema de comunicación, basadas en un análisis de la realidad nacional	
Comunicación organizacional: conocer los principales enfoques y bases teóricas de las formas de gestionar la comunicación en las organizaciones actuales y la aplicación de los diferentes instrumentos de planeación para el desarrollo de estrategias innovadoras y creativas que den solución a disfunciones comunicacionales de estas instituciones	

Para identificar las tendencias de la investigación en comunicación entre el periodo de 2006 a 2013, se empleó el método cualitativo y cuantitativo, a fin de rastrear los antecedentes, según Roveda (2011, p.4) [4], existen en Colombia 52 instituciones de educación superior, entre públicas (5%) y privadas (95%), que ofrecen 80 programas académicos profesionales relacionados con la comunicación social, el periodismo y los medios. Existen 17 institutos tecnológicos y 9 técnicos con programas de locución y producción de radio y televisión.

Se presentaron algunos obstáculos en la búsqueda, procesamiento y organización de bases de datos debido a las limitaciones de accesibilidad restringida, de variabilidad de formatos, y a su relativa confiabilidad de la información, lo que condujo a ampliar la diversidad de fuentes mediante testimonios, documentación escrita y registros audiovisuales. Unas universidades aportaron parcialmente la información requerida y datos estadísticos desagregados; en algunos programas se encontraron bases de datos paralelos e incompletos, lo que dificultó el acopio de información. Fue frecuente hallar páginas web universitarias, teléfonos de contacto y correos electrónicos desactualizados.

Fue necesario insistir en la consecución personal de la información durante el proceso de revisión de archivos de las Facultades de Comunicación en Córdoba y Bolívar, puesto que no hubo comprensión del alcance regional de la investigación en cuestión. Estos inconvenientes no incidieron en los resultados, ni en el enfoque metodológico porque hubo estrecha correspondencia entre los datos de ubicación y la caracterización de las variables de la información obtenida. El restante material recolectado sirvió de evidencia para formular, desarrollar y resolver el problema planteado; su organización y evaluación se constituyó en soporte argumental para presentar con parámetros e indicadores las líneas de investigación en comunicación de Colombia.

Lo anterior permitió:

- a) Hacer una recuperación de nuestra memoria investigativa en comunicación;
- b) Sistematizar y ordenar un material que hasta hoy ha permanecido disperso;
- c) Clasificar las diversas tendencias que

marcan el interés científico por los fenómenos comunicativos;

- d) Relacionar los estudios para replantear líneas de investigación más profundas y pormenorizadas de acuerdo con las tendencias y núcleos de interés de la comunicación que no encontraron resolución en su momento. Esto facilitó la recuperación del material reseñado, el cual dio las primeras pistas para poder continuar con la reflexión más profunda sobre lo que ha sido la investigación en comunicación y sus proyecciones.

2. ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN DE 1959 A 2005

Los siguientes son los estudios que se han realizado sobre líneas y campos de investigación entre 1958 y 2005: Mariluz Restrepo (1959-1989) (Televisión), Isabel Girón (1967-1979), Germán Rey y Martín Barbero (1960-1996), Ana María Lalinde (1973-1994) (Radio), Anzola y Cooper (1981-1984) y José Miguel Pereira (1985-1993). Primaron los estudios de análisis sobre la producción y emisión de medios, estudios de casos en organizaciones, de prácticas sociales y culturales, análisis de contenidos (textos y mensajes) y diseño de productos y estrategias comunicativas.

Se presentaron pocas investigaciones sobre recepción, consumo y uso de medios, políticas de comunicación, comunicación y procesos socioculturales, fundamentos y teorías de comunicación.

Según Pereira (2011, p.3) las etapas de la investigación han estado en marcadas así: Humanista (1930-1970), ideologista y denunciante (1970-1980), estructuralista y crítica al estructuralismo (1980-1990), culturalista (1985-1995). Globalización /Competencias/Profesionalización (1995-2005), Cultura, medios y tecnología (2006-2011). Sus temas objeto de estudio fueron Periodismo, Comunicación Organizacional y Redes de comunicación.

Estas investigaciones dieron como resultado las siguientes categorías de estudios: aportes históricos, análisis de procesos comunicativos, estudios de medios de comunicación y recepción, estructura de poder, contenido, comunicación alternativa, doctrina y ética, políticas comunicativas, y comunicación para la acción. Los anteriores estudios permitieron identificar siete campos [5] de la comunicación:

- Gobierno-gobernados.
- Medio-información pública.
- Entretenimiento-audiencia.
- Medio-periodismo-audiencia.
- Mensaje-lenguaje-audiencia.
- Espacio-tiempo-medio-audiencia y
- Empresa-sociedad.

Estos campos a su vez dieron origen a los sub campos de estudio de la comunicación, a saber: Comunicación política, opinión pública, comunicación mediada, periodismo, comunicación-educación, comunicación-cultura, comunicación comunitaria y comunicación en las organizaciones.

Las anteriores investigaciones en comunicación han sido en estudios epistemológicos en general y en construcción de coaliciones interdisciplinarias más amplias con otras disciplinas entre ellas, la antropología, la sociología y sicología; pero, se evidencia pocos debates nacionales e internacionales sobre el campo de la comunicación y de la mediación social con las disciplinas mencionadas; la censura privada y pública, la manipulación, los medios de comunicación y su papel en el desarrollo y en la democratización. Se comprobó la dispersión y fragmentación de las líneas de investigación; el distanciamiento entre la formación teórica y la capacitación técnica: la tendencia a la instrumentalización, uso funcional de los medios masivos, y en muy pocos casos teorización de la comunicación.

Los estudios en comunicación se centraron en el análisis de medios masivos de comunicación, periodismo, comunicación social y desarrollo, políticas de comunicación, comunicación y educación, medios alternativos, mensajes, contenidos y recepción, teorías sistémicas, emisión y recepción en los medios en el contexto o en el mensaje, según el interés y la realidad socio histórica de los investigadores,

priorizaron aspectos discursivos y político-económicos.

El campo de estudios de la comunicación en los últimos treinta años, se vio desafiado por el contexto social, análisis de flujos internacionales de información, estudios culturales y políticos; por el aumento de líneas y grupos de investigación; la definición y ampliación de centros de producción en medios articulados a la producción y realización local, regional y nacional; no se identificaron claramente grandes programas de investigación. Las Facultades de Comunicación incluyeron la investigación en los currículos, con mayor o menor éxito; sin embargo, están distantes de algunos programas de Comunicación de Europa y de América. Estos estudios referenciados, se han compilado desde 1959 hasta 2005, a partir de 2006 hasta 2013 en nuestro país no existe tal clasificación.

3. RESULTADOS

3.1. Estudios de comunicación de 2006 hasta 2013

El 77% de universidades de Colombia en sus pregrados en comunicación abordan la comunicación y fundamentan su quehacer desde el interior de la cultura y la sociedad. Aplican las herramientas mediáticas e informáticas en la construcción de mensajes diversos, en el uso de códigos múltiples y en la contextualización y conceptualización de diferentes fenómenos comunicativos en campos de la publicidad y los procesos propagandísticos; en periodismo, análisis informativo o de opinión y medios de comunicación masiva; en la comunicación organizacional, diseño de estrategias, planes y políticas de comunicación; y en la producción radiofónica, audiovisual o editorial. Así mismo, en el tema de internet, su uso, consumo, apropiación y vinculación a los medios de comunicación, así como a los diversos mecanismos de intermediación tecnológica.

Ello nos daría el campo de en usos y consumos de las TIC; las redes sociales en la generación de contenidos y el establecimiento de la agenda radial colombiana.

De igual forma, estos programas han estudiado los medios masivos de comunicación, sociedad de la información y del conocimiento, procesos,

comunicación, cibermedios, lenguajes y educación, comunicación y cultura, mediación y representación, tecnologías de la información y la comunicación, modelos comunicativos organizacionales, comunicación y acción social, e interacción en los medios.

En el 68% investiga y diagnostica campos relacionados con necesidades comunicativas de la sociedad; se incluyen en los currículos materias con esta temática, pero con ausencia de asignaturas de investigación. En 80 planes de estudio analizados la presencia de la investigación es de un 6% (Metodologías de Investigación) frente al 68% de las demás materias como humanísticas, socioeconómicas, semiológicas, lingüísticas, administrativas, teorías de la comunicación, relaciones públicas, publicidad, área técnica teórica-práctica y lenguas extranjeras.

En los programas Tecnológicos la investigación se centra en visual, gráfica, social, periodismo, publicidad y mercadeo. En el nivel Técnico en relaciones públicas, audiovisual, locución e información. Los enfoques metodológicos son descriptivo, producción, estrategias, análisis de contenido, bibliográfico, documental, interpretativo e histórico. Así mismo, se han realizado estudios de recepción y consumo de los medios masivos, periodismo, televisión, salud, medio ambiente, derecho y tecnologías, comunicación, participación y construcción social.

El 51% de Facultades han investigado en medios, opinión pública y política de comunicación, medios masivos de comunicación, comunicación, salud y calidad de vida, culturas y narrativas mediáticas. El 38% en estudios de medios y periodismo, análisis de los procesos de significación de los medios de comunicación, análisis del discurso y la práctica periodística, estudios de audiencias y prácticas comunicativas, comunicación y desarrollo, televisión, educación y diseño cultural, análisis de las relaciones entre comunicación y esfera pública. El 13% centra su interés en los efectos sobre las audiencias, la construcción de mensajes y las potencialidades de la comunicación en procesos sociales o comunitarios.

El 48% de programas se han interesado en el diseño de productos, estrategias comunicativas, modelos comunicativos organizacionales, educativos y sociales; sus enfoques comunicativos están en

lo social, político y cultural. En la última década se ha orientado la investigación hacia la comunicación y la acción social, en los procesos de cambio y en el apoyo a la participación colectiva, comunicación y desarrollo, *estudios* de las estructuras y formatos de los géneros periodísticos, comunicación organizacional, procesos, uso y significación de la comunicación en el ámbito de las identidades y de la cultura, comunicación y política, territorialidad y tecnologías de la información y comunicación, y comunicación estratégica, periodismo, medios digitales, teorías y metodologías de comunicación y estudio de las políticas de comunicación y cultura.

La investigación en comunicación en Colombia se basa más en trabajos de grado que no han tenido como fin la comprobación de una hipótesis, ni la realización de un análisis de algún fenómeno comunicativo que solucionara un problema de esta disciplina y arriesgara por propuestas creativas. Estos estudios se han desgastado en reiterativos análisis dejando una percepción prejuiciada de su papel y de su proyección. Las constantes temáticas han estado dispersas en investigaciones desde otros campos como las ciencias sociales: sociología, antropología y ciencias políticas, aunque se han venido realizando algunos estudios sobre el periodismo, los medios masivos de comunicación, las TIC, las relaciones entre comunicación política, cultura y educación.

Otra de las temáticas de investigación que ha cobrado vigencia en la última década ha sido la comunicación organizacional. Este nuevo espacio de investigación requiere de una ampliación y profundización de competencias y saberes que exige la inclusión de nuevos contenidos aún no claramente consolidados desde la reflexión teórica, metodológica y epistemológica.

Las principales áreas de investigación de los grupos fueron: comunicación y cultura, comunicación audiovisual, comunicación política, periodismo, comunicación, publicidad y mercadeo, comunicación y cambio social, comunicación, lenguaje y discursos y epistemología de la comunicación. Estas áreas son similares a las que encontró Pereira (2013, p.20) en "La investigación en comunicación en Colombia: trayectos, balances, desafíos". De igual forma, las constantes temáticas de

investigación de los 80 programas analizados, se basan en cuatro líneas de la comunicación:

la primera, la cultura y su gestión; la segunda, la relación entre comunicación y educación; la tercera, medios, contenidos y efectos; y la cuarta, tecnologías aplicadas a los medios de comunicación.

Así mismo, se identificaron 17 campos disciplinares de la comunicación en Colombia de 2006-2013, a continuación se presenta la descripción de cada uno, el nombre del estudio y el número de investigaciones realizadas:

3.1.1. Aportes históricos: estudios que se ocupan de la descripción de un fenómeno comunicacional a lo largo de un cierto periodo de tiempo. Sus investigaciones han sido en: historia de las prácticas comunicativas como manifestaciones de la cultura, (7), historia de la prensa (8), historia de la publicidad (4), historia de la televisión (9), historia de la radio (21) y narrativas e identidades en el periodismo (16).

3.1.2. Análisis de procesos comunicativos: busca interpretaciones del contexto en momentos estratégicos. Su énfasis de investigación ha sido en participación en comportamientos (4), hábitos y formas de la comunicación (4).

3.1.3. Estudios de medios de comunicación: descripción y análisis de la prensa (12), radio (25), video (15), cine (8), televisión (21), televisión infantil (12), televisión regional (5), televisión cultural (9), talk show (4), reaytis (5), concursos (5), comerciales (3); radionovelas (12), medios masivos de comunicación y educación (73), información para el desarrollo (5), diseño imagen y comunicación visual (9), diagnósticos (25), tendencias de medios (11), logros y carencias de medios masivos (33), Internet (12), impresos (11) y medios alternativos (14).

3.1.4. Estructura de poder: se describe y analiza los principales mecanismos de poder económico y político que se establecen dentro del sistema de comunicación; sus investigaciones han estado centradas en derechos de los ciudadanos a la información y la comunicación (11), límites, alcances e interrelaciones de lo público y lo privado en la propiedad intelectual (2), funcionamiento, control y vigilancia de las comunicaciones (7).

3.1.5. Estudios de recepción: análisis de nuestros medios de comunicación primordialmente de la producción de los mensajes, su recepción y apropiación por parte de la audiencia. Sus investigaciones son: grupos objetivos (11), teoría de la recepción y efectos (5); tipos de audiencias (9), impacto social y cultural de los medios masivos en la audiencia a partir de la teoría de la persuasión (4); manejo de la comunicación y su recepción en situaciones de conflicto social; análisis de publicidad (15), campañas (8), lenguaje publicitario (13), discurso publicitario (7) y marketing digital (6).

3.1.6. Comunicación alternativa y desarrollo social sostenible: desarrollo de conceptos analíticos provisorios y estudios descriptivos de algunos fenómenos de la comunicación en prensa, radio y televisión comunitaria. Sus investigaciones son: participación de los sectores sociales en el uso de diversas formas comunicativas (3), comunicación y ciudad (7), comunicación y cooperativismo (2).

3.1.7. Doctrina y ética: reflexión del fenómeno comunicativo desde una perspectiva ética, sin incorporar otros elementos analíticos. Sus estudios se centran en deontología del periodismo (3), principios de comunicación (7) y códigos de ética de la profesión (9).

3.1.8. Comunicación para la acción: se formulan o evalúan modelos o experiencias de comunicación aplicados en programas de desarrollo social, educativos y de capacitación. Sus investigaciones son proyectos sociales y procesos comunicativos (9), comunicación y estructuras sociales (3), comunicación educativa (19), televisión educativa (18), enseñanza de la comunicación (10), medios masivos de comunicación, cultural y desarrollo social (7).

3.1.9. Comunicación y desarrollo socio económico: estudios centrados en el desarrollo de una comunidad nacional o de una región, se asocian a indicadores que tienen que ver con la cobertura de servicios de comunicaciones tales como la telefonía, la telegrafía, acceso a medios y servicio postal. Sus investigaciones han sido en economía de los medios masivos de comunicación (4), comunicación y desarrollo socioeconómico (5) y gestión de empresas de comunicación (11).

3.1.10. Democratización y servicio público de las comunicaciones: estudios sobre participación de los diversos grupos comunitarios, gremios, asociaciones cívicas o movimientos sociales. Sus investigaciones se centran en análisis de expresión de lo público y privado (3), la información y comunicación del ciudadano (2), descentralización y regionalización de los medios masivos de comunicación (9), democratización y servicio público de las comunicaciones (9).

3.1.11. Nuevas tecnologías de información y Comunicación (NTIC): se basan en contenidos sociales, culturales y políticas. Sus estudios son transferencia y uso social de las NTIC (7). NTIC y procesos educativos (8), redes sociales (2), medios digitales (5), bancos de datos (2), telemática (3), comunicación por satélite (2), medios interactivos (2) y comunicación digital (8).

3.1.12. Comunicación y vida cotidiana: integración de la información con los eventos cotidianos, estudios sobre la sociedad informatizada. Sus investigaciones son comunicación y procesos de evaluación social de proyectos e indicadores de calidad de vida (2), comunicación y vida cotidiana (2), marginalidad y medios de comunicación (2).

3.1.13. Comunicación, cultura y desarrollo: prácticas cotidianas; relación de la comunicación con la cultura; producción e intercambio de significaciones; expresiones comunicativas como prácticas culturales; cultura masiva y popular. Sus investigaciones han sido en comunicación y cultura (8), identidad nacional, pluralidad regional y comunicación (6), impacto social y cultural de los medios masivos de comunicación (4), cultura urbana (14), comunicación y ciudad (17), prácticas culturales (12), culturas juveniles (22), cultura popular (6), ciberculturas (5), arte (8), identidades (19), narración oral (9), mitologías (3), pluralidad regional (12).

3.1.14. Industrias culturales: estudio de la producción de medios y su uso social, la publicidad, contenidos, audiencias y trabajos artísticos, medios y usos sociales. Sus investigaciones son impacto de la publicidad (9), comunicación visual y artística (5), cultura audiovisual (15), comunicación y representación audiovisual (9), discursos y narrativas audiovisuales (15), prácticas audiovisuales (14), auditorias de comunicación

(2), estudios de los medios de comunicación, televisión, telenovelas, noticias y relación entre democracia y medios masivos (22).

3.1.15. Comunicación, periodismo y sociedad: comunicación política y opinión pública; tratamiento periodístico de la información; medios y participación ciudadana comunicación; y sociedad; sus estudios son comunicación en organizaciones y relaciones públicas (15), comunicación y arte (11), comunicación y educación (15), imagen, cine y televisión (17), sociedad de la información y del conocimiento (2), estudios de contenidos (55) y géneros periodísticos y su tratamiento en los medios de comunicación (61); periodismo político (10), deportivo (7), investigativo (6), cultural (6), económico (3), científico (3), ambiental (2), opinión (15), judicial (3), fotográfico (2), y periodismo de farándula (4).

Estudios sobre géneros periodísticos: entrevistas (24), reportajes (18), crónicas (16), noticias (21), análisis noticioso (14), historias de vida (11), documentales (14), informes especiales (13), perfiles (9), necrologías (1), oficio del periodista (16), rutinas periodísticas (15), manejo de información (22), libertad de expresión (11), lenguaje periodístico (9), ética periodística (14) y enseñanza periodismo (2).

3.1.16. Comunicación y política: estudios que entregan recomendaciones para el funcionamiento o la transformación del sistema de comunicación basados en un análisis de la realidad nacional. Sus investigaciones han sido en comunicación y política (7), comunicación y desarrollo (2), interacción entre el estado y la comunidad (3), desarrollo regional y comunicación (3), comunicación gráfica publicitaria (8), comunicación e identidad (12), discurso y comunicación (12), imaginarios y narrativas audiovisuales (12), pedagogía y comunicación (9), responsabilidad social (2), comunicación y trabajo (3), participación (18), conflictos internacionales (7), discurso político (5), conflicto armado (3), resolución de conflictos (2), movimientos sociales (3), cultura política (2) y neoliberalismo (1).

3.1.17. Comunicación organizacional: conocer los principales enfoques y bases teóricas de las formas de gestionar la comunicación en las organizaciones actuales y la aplicación de los diferentes instrumentos de planeación para el desarrollo de estrategias innovadoras y creativas que den solución a disfunciones

comunicacionales de las instituciones. Sus estudios se han centrado en comunicación organizacional y estratégica (42), flujos, canales y formas del manejo de la información tanto interna como externa en las empresas (47), comunicación y administración (9), comunicación y cultura organizacional (10), planificación de la comunicación (12) y gestión de la comunicación en las organizaciones (12).

Los 17 campos disciplinares de la investigación en comunicación en Colombia están relacionados con temas como el cine, la televisión, la prensa, la radio y la publicidad. A su vez, en el interior de estos campos, los estudios se diversificaron y centraron sus enfoques en dispositivos y operaciones específicas del material discursivo, en el análisis de la estructura de poder de los medios, en los efectos y en la influencia de los medios y mensajes sobre los públicos. Otras investigaciones clasificaron los principios generales que rigen los sistemas de producción de la cultura de masas y sus vínculos con las demás configuraciones culturales en una sociedad determinada.

Los anteriores estudios tuvieron unos puntos fuertes de interés y unas limitaciones que necesitan ser complementadas entre sí, porque cada una de ellos presenta una visión interesante y una metodología apropiada, pero parcial de la compleja realidad de su inserción en el mundo de la comunicación. Las investigaciones tan sólo relacionaron indicadores que fueron útiles para obtener una visión global o radiográfica sobre la situación concreta de un determinado sistema comunicativo en el ámbito regional o nacional sin compararlos con otros enfoques internacionales. Estos estudios generalmente carecen de un estado ampliamente sistematizado que explique el conjunto de fenómenos y factores asociados no sólo con su integración a la sociedad, sino que profundice cómo se generan su innovación y mejora comunicativa.

Se registraron trabajos sobre Industrias audiovisuales: cine, video, televisión, videojuegos, publicidad, radiodifusión y nuevos medios, procesos de producción, de circulación y consumo de bienes culturales; periodismo para la paz y en zonas de conflicto; comunicación, gobernabilidad y desarrollo; músicas, identidades y sociedades; comunicación, desarrollo y cambio social.

Estos estudios se han centrado también en los medios de comunicación, sus modelos y paradigmas teórico-metodológicos; información y entretenimiento, cuyo fin han sido las mediciones de audiencia. Una parte considerable de los estudios históricos sobre comunicación en el país, han girado en torno al desarrollo técnico de los medios y su proceso de implantación desde una perspectiva centralista, en detrimento de cuestiones como el proceso de configuración de las audiencias y de las dinámicas alrededor de los medios y las sociedades regionales.

Se evidencia la preocupación de las Facultades de Comunicación en que el estudiante esté más interesado en lo instrumental de la empresa o a lo estrictamente operativo de los medios. Las líneas de investigación desarrolladas presentan dispares y disímiles versiones conceptuales, el saber como tal se confunde y desdibuja con los objetivos, misión y visión desde la academia. Generalmente, no se ocupan ampliamente del concepto sino de sus aplicaciones, se omite la naturaleza conceptual de las líneas y su relación con los campos o ejes de la epistemología contemporánea.

Fue difícil encontrar líneas de investigación similares como referencia internacional; sin embargo, se coincide con la definición de la comunicación como un campo transdisciplinar de estudios culturales y sociales, con valiosos aportes de la antropología, la psicología, la sociología y la lingüística, que han fortalecido el pensamiento comunicacional.

En este periodo de 2006-2013, se registraron temas con alto componente de investigación en el análisis de la problemática de la mediación, la inteligibilidad de la comunicación desde la perspectiva de la cultura, el paso de una teoría vertical de la información a una horizontal; producción, circulación y recepción de mensajes; las construcciones teóricas sobre lenguajes en medios articulados con lenguas, discursos, textos, relatos y narrativas; incidencia de las tecnologías y de sus avances como aporte a la comunicación, sus significaciones y resignificaciones de los contenidos; prácticas, rutinas y consumo de las audiencias.

Hubo marcado desinterés sobre enfoques metodológicos de la investigación en comunicación; modelos de información;

evaluación de escuelas radiofónicas y de programas de educación a través de la televisión; uso diferencial de medios para educación campesina; cultura popular urbana; análisis histórico; concepto; comunicación y salud; comunicación y cambio social; proyecciones, desafíos, políticas de comunicación; procesos, metodologías y enfoques de investigación de la historia de la comunicación.

No se hallaron estudios sobre políticas de comunicaciones en función de la integración social y la educación; pero si interés por indagar sobre ideologías, la memoria y cultura popular, el manejo político de flujos informativos, las polémicas en torno a la identidad nacional, diseños de políticas comunicacionales en el campo de la comunicación alternativa orientada hacia el movimiento artístico, el diseño de proyectos político-culturales y la aplicación o la crítica de marcos epistemológicos pertinentes.

Cabe destacar que en los tres últimos años, un 24% de estudios se ha centrado en la comunicación como factor clave para lograr los resultados de la organización desde el punto de vista estratégico, a fin de proponer soluciones innovadoras, creativas y reales a problemas de comunicación. Se han investigado los procesos de interacción e interpretación que se desarrollan en la organización entre sus diversos públicos, tanto internos como externos; procesos de análisis y diagnóstico comunicacional para identificar oportunidades de mejora; relaciones públicas, comunicación digital, campañas publicitarias, y estudios para conocer los principales enfoques y bases teóricas de las formas de gestionar la comunicación en las organizaciones actuales.

El 94% de programas académicos de pregrado en comunicación en Colombia se han basado en varias temáticas de tipo documental: análisis de contenido discursivo, textual y semántico, prácticas sociales y culturales, comunicación empresarial, sociología de la comunicación, recepción, consumo y uso de medios, comunicación social (fundamentación), medios de comunicación, periodismo, publicidad y estudios de caso en las organizaciones.

Dichos campos de interés y fragmentación del fenómeno comunicacional, también se instalan en otras disciplinas como la administración, en la cual la orientación y tendencias gerenciales han tomado fuerza, como resultado de los

procesos de urbanización, industrialización e internacionalización, así como de los cambios en las estructuras económicas, políticas y familiares que comenzaron a avanzar en el turbulento mundo de la información y la comunicación que se fue especializando y masificando de manera rápida, hecho que se vio reflejado en las primeras investigaciones en el área que hicieron tránsito por temas variados y de gran significación para la naciente sociedad de masas.

Las investigaciones referenciadas marcan un pasado investigativo con poco impacto en la comunicación, con creciente especialización y preocupante fragmentación; un presente optimista y una tendencia a nuevos medios producto de la convergencia digital, que por supuesto exigirá nuevos procesos comunicativos, lenguajes, narrativas y producciones que beneficiarán a la sociedad y a las industrias culturales.

Lo anterior, se fundamenta en la comunicación que no es sólo un conjunto de técnicas, medios y mensajes que más o menos trabajan en coordinación, sino que también es un concepto vivo y cambiante, y que, siguiendo sus leyes, los diferentes instrumentos de la comunicación aumentan o reducen su acción relativa en función de las necesidades y de las capacidades propias de cada individuo y de la sociedad.

En este nuevo milenio, el estudio de la Comunicación plantea nuevos retos en áreas de reciente estudio y aparición como la comunicación digital, que trae consigo la cultura interactiva que poco a poco va ganándole terreno a la cultura audiovisual, ampliamente impulsada por el uso masivo de la televisión y los vídeos, y en el ámbito de la comunicación organizacional.

3.2. Tendencias de la investigación en comunicación

Según la clasificación de las líneas de investigación y sus campos analizados, las estrategias contenidas en la política de Ciencia, Tecnología e Innovación (CTI), mediante el documento Conpes 3582 y las políticas de Colciencias, del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, del Ministerio de Cultura, del Plan Decenal de Cultura, y de las empresas en general, permiten abordar **tres nuevas líneas de investigación en comunicación:**

La **comunicación como concepto**; los **medios como soportes materiales**, como instancias significativas y como instituciones socio históricas; y la investigación de la **comunicación como práctica social**; lo que conlleva a identificar nueve tendencias con sus respectivos campos y estudios:

3.2.1. Campo de comunicación: estudios en comunicación política, comunicación y cambio social, comunicación popular, comunicación y cultura, comunicación para el desarrollo social, comunicación educativa, comunicación estratégica, publicidad, relaciones públicas, comunicación del producto o marca. En este escenario se conjugan, temas como lenguaje-instrumento, orden simbólico y político, medios masivos, simetría y asimetría comunicativa, comportamientos del receptor.

A ello también debe sumarse, un terreno que abarca la comunicación y el marketing político, preocupado por indagar sobre la relación entre el poder y la comunicación, las conductas políticas, la construcción de sistemas democráticos e incidencia en las agendas públicas (y mediáticas) para crear sentido.

3.2.2. Campo de interacción: estudios en comunicación interpersonal, lenguaje e interacción social, comunicación intercultural, comunicación y tecnologías, comunicación y desarrollo humano, percepción mediática de la realidad, cognición y procesamiento de la información, producción de contenidos, efectos de los medios, lenguajes e información, comunicación y participación ciudadana, comunicación, paz y reconciliación, comunicación y etnias.

3.2.3. Campo académicos: estudios de comunicación, campo y disciplina, teoría y filosofía de la comunicación, métodos de investigación, estudios retóricos y de género, socio semiótica de los medios masivos, comunicación y ciudad, comunicación y turismo, comunicación jóvenes, mujeres y salud. Reproducción de materiales grabados, producción fotográfica y de televisión, series educativas, documentales, redes sociales, nuevas narrativas, formatos, problemas y métodos; comunicación del cambio social y comunicación de la ciencia.

3.2.4. Campo mediático: estudios en historia de los medios digitales, legislación y políticas de los cibermedios, tecnologías de la

comunicación, comunicación visual, recepción y estudio de audiencias en convergencia digital, desarrollos en la Web; procesos de contenidos y aplicaciones digitales; redes de nueva generación; optimización de nuevas tecnologías y sus aplicaciones; televisión digital terrestre orientada al desarrollo de contenido, telefonía celular y medios de alta definición

3.2.5. Campo de producción audiovisual y editorial: estudio en generación de empresas mediáticas, medios internacionales, crecimiento editorial y proyección de medios audiovisuales.

3.2.6. Campo comunicación organizacional: estudios en comunicación eficaz en sus objetivos; comunicación según sus públicos; comunicación proactiva, comunicación multimedial, comunicación estratégica en 360°: imagen corporativa, relaciones públicas, procesos de fidelización, soluciones digitales, campañas publicitarias y comunicación comercial.

3.2.7. Campo de información: estudios en análisis de contenidos, de nuevas narrativas y lenguajes, flujos de información, redes de la información, análisis de audiencias estratégicas, ecosistema de la comunicación, el sistema de la acción productiva, estudios de señalización, análisis y comprensión de información y datos.

3.2.8. Campo de comunicación digital: estudios en migración digital, televisión, móvil, comunidades de interés particulares, Internet la era de las soledades interactivas, comunicación Web 2.0 y 3.0, nuevas lecturas de los medios digitales, estudios de los cibermedios y la comunicación en dispositivos móviles.

3.2.9. Campo de medios alternativos: estudios en comunicación en kioscos interactivos, en realidad aumentada, lenguajes en nuevas pantallas para presentar noticias, medios BTL, estudios de comunicación y de la información de la televisión por cable, televisión por satélite, móviles. Se debería pensar, en diseñar agendas mundo, en ciudadanías locales y globales. entre ellos: el fortalecimiento de la democracia, los problemas del medio ambiente, la promoción y defensa de los derechos humanos, la apropiación y el uso de las TIC y el sentido crítico de la epistemología de la comunicación en los programas de formación de graduados en comunicación.

Según Pereira (2011, p.15) se deben revisar y estudiar sus campos y áreas en comunicación y cambio social:

“Salud, medio ambiente, esfera pública y ciudadanía, comunicación y educación, política de comunicación, cultura urbana y nuevas identidades, comunicación y cultura tecnológica, los medios como mediadores sociales y culturales y como escenarios de conflictos sociales, comunicación local, comunitaria: medios locales y ciudadanos, recepción, apropiación y la comunicación como campo de conocimiento”.

Las anteriores, líneas, campos y subcampos de investigación en comunicación implica múltiples concepciones de la Comunicación y abordajes desde otras disciplinas para comprender la complejidad de los problemas del entorno de la comunicación; estudiar los procesos de convergencia tecnológica, sus nuevas formas comunicativas, sus cambios expresivos y narrativas, usos y lenguaje; diseñar modelos innovadores de comunicación como estrategias comerciales; generar conocimiento en la resolución de problemáticas sociales basadas en estudios cuantitativos y cualitativos de comunicación; analizar, diseñar, transformar y proyectar sistemas de comunicación que contribuyan al desarrollo social, cultural y organizacional.

CONCLUSIONES

En un primer momento las investigaciones de comunicación de 1959 hasta 2006 hicieron que el corte sociológico de la investigación penetrara en la tradición social sin advertir la posibilidad de construir sus métodos, apoyados por las ciencias sociales, la lingüística y la semiología. La investigación se basó en el descubrimiento y no tanto en la verificación, pasar del problema de la legitimidad teórica a una legitimidad intelectual, esto conllevó a la posibilidad que la comunicación fuera un lugar estratégico de la sociedad y que el comunicador asumiera su rol intelectual. Se trató de una investigación que permitió un saber más, descubrir, y no comprobar lo que ya se sabía. Este tipo de investigación se centró en el problema y no en el método.

Buena parte de la investigación en comunicación se basó en establecer cuál de los modelos comunicativos poseía mayor validez. La idea era observar los fenómenos comunicativos que se presentaran dentro de estos saberes y modelos. Los problemas de investigación estaban subordinados a las áreas de conocimiento, es decir, en algún momento fue más importante un modelo teórico o un campo de estudios que un fenómeno social, para algunos incluso, se pensó en un campo de estudios propio de la comunicación, ya que varios de estos elementos no fueron en sí mismos comunicación, lo paradójico del caso es que el llamado objeto de estudio de la misma casi siempre terminó siendo los medios de información. Las investigaciones se centraron por décadas en analizar medios, fueron **más importantes las teorías y los campos de estudio que los problemas**.

En un segundo momento de 2006 hasta 2013, las Facultades de Comunicación investigaron áreas complementarias de temas específicos de cada región del país:

Comunicación, cultura urbana, tecnológica y audiovisual; nuevas identidades; los medios en escenarios de conflictos sociales; cambios en los modos de la representación política; retos de la comunicación a la educación. Según Herkman (2008, p.22) “hemos acumulado muchísima buena evidencia empírica sobre el proceso de la comunicación, pero el campo sufre cada vez más de ‘erosión’ epistemológica”; tenemos conocimiento preciso y sólido en muchas áreas, pero tendemos a sostener una orientación débil en la investigación empírica.

Lo expuesto garantiza en parte el progreso de las líneas de investigación en comunicación en tanto permiten, en el caso de las ciencias sociales, prospectar la evolución de los estudios mencionados para abórdalos desde la perspectiva disciplinar o interdisciplinar prevista por cada uno de los campos o estudios de investigación, lo cual facilitaría sustentar la formulación de nuevas líneas de investigación como mecanismo de producción de conocimiento.

No hay campo particular de problemas de investigación en comunicación, algunos objetos de estudios son opacos, otros cambiantes y otros dinámicos que responden a los diálogos inter y transdisciplinarios de las

ciencias sociales con la comunicación y a las problemáticas sociales en las que se inscribe la vida cotidiana del colectivo humano. En todos los casos, esa relación dinámica entre el problema teórico- metodológico de la comunicación y la dimensión espacio-temporal en la que viven las comunidades humanas, es el origen de las prácticas de investigación.

De acuerdo a los datos sistematizados y expuestos sobre los estudios de la comunicación nos emplazan a un pensamiento de diálogo transversal, de “saberes indispensables y saberes rentables” (Martín Barbero, 1980, p.12), cuyo horizonte de investigación advierte lo social en sí mismo y lo empresarial en lo general; invita a la reflexión y diálogo sobre nuestro propio hacer investigativo en las Facultades de Comunicación.

Es necesario desplazar la mirada en los horizontes de una investigación formal y aplicada (Anzola y Cooper. 2005, p.35), vista en las necesidades humanas y organizacionales según el contexto y los usos sociales que todo programa de investigación debería tener, basado en diferentes posturas para articularlas bajo los signos de sus interrelaciones locales y globales.

Este estudio evidencia que la gran mayoría de Facultades de Comunicación están realizando investigaciones; sin embargo, la mayor parte de estas presentan un bajo índice de investigación científica pertinente con la región y el país. Uno de los indicadores más débiles se centra en el desinterés de algunos investigadores por el poco apoyo financiero recibido por parte de las universidades; asimismo, por la ausencia de claridad del campo, por falta de criterios para fijar una agenda de investigación con pertinencia social que contribuya a la solución de los problemas del país, y por la debilidad en conocimientos teóricos, conceptuales y metodológicos de los investigadores, lo cual exhorta a investigar las teorías, las epistemologías y las profesiones del campo de estudios de la comunicación.

Lo descrito evidencia **la identificación de cinco líneas de investigación y de desarrollo que despiertan la mayor preocupación en el estudio de la Comunicación**, las cuales son:

1. El fenómeno de la **globalización en su relación con las TIC**, especialmente con Internet y sus derivaciones en el campo de la cultura. Así mismo, los **impactos de la**

globalización sobre la comunicación, la democracia y la paz en la región.

2. El tema del **sujeto de la comunicación y su vinculación con los procesos de recepción crítica, educomunicación y producción de sentido o significaciones sociales, todo ello enmarcado desde una concepción de una ética de la comunicación.**
3. Los **problemas vinculados con la propia carrera y la práctica educativa**, donde se abordan propuestas sobre currículo, enseñanza del periodismo y la comunicación, estudios de mercado e imagen de la profesión.
4. Los **enfoques teóricos; metodológicos y las revisiones actuales en las ciencias de la comunicación.**
5. Los **problemas de la gestión de la comunicación y de la información en las organizaciones modernas** tocando temas como comunicación corporativa y gerencia de la comunicación.

Cabe señalar que el fenómeno de la internacionalización y globalización de las comunicaciones, la transculturización, la recepción crítica y los problemas asociados a la enseñanza y gestión de la comunicación son las temáticas de mayor proyección y desarrollo en el campo comunicacional, motivo que sugiere la estructuración de postgrados en dichas áreas, que aseguren proceso de investigación y, en consecuencia, el desarrollo de los mismos.

Es así que **las tendencias en investigación se centran en diferentes campos a saber:** comunicación, interacción, académicos, mediático, producción audiovisual y editorial, comunicación organizacional y estratégica, información, comunicación digital y medios alternativos.

Estos campos agrupan estudios en análisis de la producción y circulación de información por medio de las TIC, comunicación en los escenarios educativos como gestores de cambios (espacio en el que confluyen la comunicación, la información y los lenguajes). Análisis de la comunicación digital, emisión y recepción en dispositivos digitales; estudios sobre prácticas cotidianas de comunicación; discursos en los procesos sociales y las

industrias culturales; e investigación sobre las tendencias en comunicación organizacional y nuevos lenguajes para nuevas audiencias.

De igual forma, **identificar las nuevas competencias** profesionales del periodista en un contexto digital según la convergencia de medios, su formación, labor, rutinas, formas de narrar, de emplear los discursos y lenguajes a través de los diferentes formatos. Investigar sobre los medios comunitarios, sus nuevas prácticas de comunicación y los procesos de cohesión social y cultural; indagar sobre la comunicación política y opinión pública; la estructura y funcionamiento del sistema informativo colombiano basado en las políticas públicas de televisión, de radiodifusión y de cultura.

Lo descrito retroalimentará la línea y conducirá los resultados de la investigación hacia espacios de rigurosa confrontación y validación de los productos, a fin de renovar los contenidos académicos del pregrado y el postgrado a través de las publicaciones y ponencias.

Es la ocasión de seguir promoviendo, incentivando y multiplicando este conocimiento a través de actividades académicas de intercambio intelectual regional, tejer alianzas que permitan que la tarea investigativa arroje mejores resultados y tenga mayor pertinencia, crear programas curriculares conjuntos que articulen estas líneas de investigación; motivar la extensión y gestionar proyectos de mayor complejidad; razones para seguir produciendo conocimientos profundos en su concepción y perfectos en su ejecución con una alta dosis de creatividad, parte fundamental de una prospectiva de la investigación en comunicación.

Lo mencionado implica plantear la **pregunta por la científicidad de la investigación en comunicación** al ubicar los enfoques epistemológicos hermenéutico y crítico como nuevas aproximaciones que se distancian del positivismo, estructuralismo, funcionalismo y de la manera de hacer ciencia, de forma que al ser trabajado desde estos enfoques, se posicione a la comunicación como campo de producción de conocimiento y al investigador como agente del mismo.

En consecuencia surgen las siguientes preguntas para enriquecer la comprensión del campo: ¿Cuáles serían **los conceptos,**

enfoques, metodologías y teorías de esta nueva propuestas de líneas de investigación? **¿Cómo construir una relación dialéctica e investigativa entre la universidad, la empresa y la sociedad?**

BIBLIOGRAFÍA

AGUILERA, Pedro (2004). "Contexto y Comunicación Social". Notas para un primer acercamiento al programa de comunicación social de nuestra universidad, en la revista Hablas y Decires de la Facultad de Comunicación Social y Publicidad de la Universidad Santiago de Cali, n° 21 de diciembre de 2004, p. 207.

ANZOLA, Patricia. y COOPER, Patricio (2005). La investigación en comunicación social en Colombia. Lima, Desco.

ARDILA, Olga. (2010). Búsqueda y Fugas en la gestión investigativa. Bogotá. Universidad Central.

Asociación Colombiana de Facultades y Programas de Comunicación, Afacom, (2009). Reflexiones sobre el campo de la Comunicación. Primera edición. Bogotá.

Asociación Colombiana de Investigadores de la Comunicación, Acics (2010), Bogotá.

BERIÁIN, Josetxo. (2004). Modernidades en disputa. Barcelona. Anthopos.

BOURDIEU, Pierre. (2000). Usos sociales de la ciencia. Ediciones Nueva Vsión, Buenos Aires.

CRAIG, Robert. (2006). "Communication as a practical discipline". Dervin, G.; O'Keffe, y Wartella (eds.).

Documento sectorial (2011). "Cultura, publicidad y medios". Ministerio de Cultura.

Documento: "promoción de la industria de contenidos digitales". Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (2011).

Documento Conpes 3080. República de Colombia Departamento Nacional de Planeación. Política nacional de ciencia y tecnología (2000-2002). Fortalecimiento institucional del Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología.

Documento Conpes 3668. Reporte del Foro Económico Mundial sobre el Índice de Preparación para la Conectividad (Networked Readiness Index-NRI-8).

Fuentes. Raúl. (1999). La investigación de la comunicación en América Latina: condiciones y perspectivas para el siglo XXI. En: Diálogos de la Comunicación, n° 56, Felafacs, Lima.

GIRÓN, Isabel, (1982). "Índice de contenidos de los trabajos de grado en la Facultad de Comunicación Social" de la Universidad Javeriana de junio de 1977 a diciembre de 1979. Bogotá: Cuadernos de Comunicación No. 32.

HEIDEGGER, Martín. (1997). "Ser y el tiempo, fce. Hobsbawm". Historias del siglo XX, Barcelona, Crítica.

MARTÍN BARBERO, Jesús y REY, Germán. (1999). La formación del campo de estudios de comunicación en Colombia, En: Revista de Estudios Sociales n°. 4. Bogotá: Uniandes.

MARTIN, BARBERO, Jesús. (1980). "La investigación en las facultades de comunicación: una experiencia y un provento". Taller de Comunicación. Colombia. Departamento de Ciencias de la Comunicación, Universidad del Valle, No. 1.

MOHOR, Hermenn. (1990). "El modelo de desarrollo colombiano". En Estrategia de desarrollo para América Latina. Bogotá. Editorial América Latine.

OCAMPO, María. (2007). "Comunicación Empresarial. Plan estratégico como herramienta gerencial y nuevos retos del comunicador en las organizaciones". ECOE Colombia.

PEREIRA, José. (2011). Investigación y Trabajos de Grado en Comunicación: Sinopsis y Tendencias. 1985- 1993. Bogotá: Universidad Javeriana, Cuadernos de Comunicación No 34.

Política nacional de ciencia tecnología e innovación, Documento Conpes 3582.

Política nacional para la promoción de las industrias culturales en Colombia, Conpes 3659.

ROVEDA, Antonio (2011). "Las Facultades de Comunicación y Periodismo de Colombia: entre las incertidumbres de la científicidad y la claridad de las prácticas". Diseño y elaboración de los exámenes de calidad de la educación superior (Ecaes) para los programas profesionales en comunicación e información de Colombia. Bogotá.

NOTAS

[1] Una disciplina tiene objetos de estudio y métodos propios y consolidados. Un campo de investigación tiene objetos de estudio, pero toma prestados e integra métodos y aportes de múltiples disciplinas.

[2] Línea de investigación, es un eje temático integrador de iniciativas, actividades y proyectos de investigación en un área de conocimiento específica, que se genera para atender un conjunto amplio y complejo de problemas cuyo tratamiento exige un mayor período de tiempo: "continuidad; una mayor coordinación de las capacidades investigativas: articulación; y mayores resultados e impactos de la investigación: productividad" (Ardila, 2010).

[3] Hasta el año 2012, estaban registrados en Colciencias 84 grupos de investigación en comunicación constituidos por 312 investigadores activos; concentrados en Bogotá, Cali y Medellín. Datos tomados del proyecto en desarrollo "La investigación en comunicación en Colombia: trayectos, balances, desafíos", que viene realizando José Miguel Pereira.

[4] Roveda H., Antonio (2011, 22 de octubre). Conferencia la Investigación en Comunicación Semana de la Comunicación, Unipanamericana Fundación Universitaria. Bogotá.

[5] El campo está dotado de una estructura conformada por el volumen del capital científico que poseen los agentes que lo integran y por la acumulación de capital que se da a lo largo de la trayectoria como investigador científico, el cual está basado en el conocimiento y el reconocimiento (Bourdieu, 2008, p.12).

Para citar este artículo:

Zambrano Ayala, William & Barrios Rubio, Andrés (2013). **COMUNICACIÓN SOCIAL EN COLOMBIA: Estudios realizados y tendencias en líneas de investigación (2006-2013)**. Revista Luciérnaga, Año 5, N10. Grupo de Investigación en Comunicación, Facultad de Comunicación Audiovisual, Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. Medellín-Colombia. ISSN 2027-1557. Págs 78-93.

DOI: [10.33571/revistaluciernaga.v5n10a2](https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v5n10a2)