



LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN EN ANTIOQUIA – COLOMBIA (2010-2011)

Mónica María Valle Flórez*

RESUMEN

En la sociedad del conocimiento, la investigación se constituye en la base para generar innovación. En el artículo se debate sobre los alcances y énfasis de la investigación que se ha desarrollado en el campo de la comunicación y se presentan las tendencias de esta en la región antioqueña. Se encuentra que los subcampos en los que se adelanta más investigación son: **comunicación organizacional, estudios socioculturales y educomunicación**, y que los temas emergentes de interés investigativo son: **comunicación y emprendimiento, comunicación publicitaria, audiovisual, comunicación y desarrollo familiar** así como **comunicación, tecnología y desarrollo**.

Palabras clave: investigación en comunicación, investigación en Antioquia, campo de la comunicación.

Recibido: Septiembre 1, 2014 - Aceptado: Octubre 8, 2014

*Mónica María Valle F. Doctora en Estudios Científicos Sociales, Instituto Tecnológico de Occidente – ITESO (México). Magister en Comunicación de la Universidad Iberoamericana-UIA (México), Especialista en Gerencia de la Comunicación de la Universidad Pontificia Bolivariana (Colombia) y Comunicadora Social - Periodista de la Universidad de Antioquia (Colombia). Directora del Grupo de Investigación en Comunicación – GIC, Editora de la Revista Luciérnaga-Comunicación, <http://www.politecnicojic.edu.co/luciernaga-11/> y de la Revista Intersección: Eventos, turismo, gastronomía y moda. <http://www.politecnicojic.edu.co/revistas/interseccion/interseccion-2/>
Docente e investigadora - Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. Email: mmvalle@elpoli.edu.co



INTRODUCCIÓN

La investigación en comunicación en Antioquia- Colombia (2010-2011) es un proyecto que adelanta el Grupo de Investigación en Comunicación –GIC de la Facultad de Comunicación Audiovisual del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, estudio piloto del Observatorio de la Comunicación que se ha implementado en dicha institución [1].

Entre las problemáticas del estudio, la falta de información consolidada que permitiese dimensionar la investigación en comunicación que se adelanta en el Departamento de Antioquia, esto para la toma de decisiones en relación a su contribución a la solución de problemáticas de la región y sus potencialidades.

En la investigación se utilizó el análisis documental, se sistematizaron los trabajos de grado y los de posgrado desarrollados entre el 2010 y 2011, en las diferentes Facultades, no solo de comunicación, de varias Universidades de la región: Universidad de Antioquia - U de A; Universidad de Medellín -U de M; Universidad Cooperativa de Colombia- UCC, sede Medellín; Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid-PCJIC; Fundación Universitaria Luis Amigó-FUNLAM y Universidad EAFIT.

A continuación un preámbulo de las reflexiones, alcances y énfasis de la investigación que se ha desarrollado en el campo de la comunicación.

Para Searle (1997): “Si bien los estudios de la comunicación han centrado su atención en varios objetos de estudio, la reflexión sobre los marcos teóricos, metodológicos y epistemológicos sobre los que basa su práctica de investigación, no han sido objeto de reflexión suficiente. El resultado, el gran desequilibrio que existe entre la investigación teórica y la investigación aplicada”. Fuentes [2], sugiere 3 ejes de análisis de la investigación en comunicación: 1. **Historia del campo:** relectura y reescritura que orienten la renovación de las utopías fundamentales. 2. **Plano científico:** pertinencia de una metodología como eje para articular la teoría y la práctica

de la investigación. 3. **Construcción comunitaria:** tendencias de disolución o consolidación disciplinaria de los estudios de comunicación.

“La construcción de mapas orientadores ante la creciente complejidad del campo, es un prerrequisito importante para la generación de opciones profesionales (académicas) más claras y para el reconocimiento de los antecedentes, fundamentos y necesidades de desarrollo del pensamiento y la acción...” [3].

En el trabajo *“La investigación en comunicación en los programas académicos de la región centro”* (2009) [4], los resultados arrojados invitan a reflexionar acerca de la importancia de hacer investigaciones con calidad, explica que aunque existen facultades que en términos de cantidad tienen muchas investigaciones, la calidad es muy poca relacionada con facultades que producen menos pero con altos estándares de calidad.

Con respecto a la coherencia frente al objeto de estudio de la comunicación, la investigación muestra que algunos de los proyectos analizados cabrían más en programas como derecho o sociología, por lo que exhorta a los programas para que tengan más cuidado con la pertinencia, viabilidad y coherencia de sus proyectos. En cuanto a los objetos de estudio, el que predomina son los medios de comunicación, en especial la prensa. Se resalta que aunque para el campo laboral la exigencia



está en comunicadores organizacionales y relacionistas públicos, los trabajos de grado están orientados hacia la comunicación en la vida cotidiana.

Sobre la reflexión de la investigación en comunicación, Fuentes [5], realizó el estudio “La investigación de la comunicación en Latinoamérica condiciones y perspectivas para el siglo XXI”, allí hace un recuento de los principales investigadores del campo y sus indagaciones, señala que en 1974 Luis Ramiro Beltrán presentó las principales áreas de concentración de las temáticas, subraya las tendencias en cuanto a los tópicos, y resultados obtenidos. Indica Beltrán, que los estudios estaban enfocados a la conceptualización del campo y estos se fundamentaban en las propuestas de Europa y EE.UU.

Los temas más sobresalientes eran la **historia del periodismo**, la **legislación de la comunicación** (perspectiva Europea), **difusión agrícola**, estructura y función de los medios, comunicación educativa en TV, radio y audiovisual (perspectiva EE.UU). En cuanto a los alcances metodológicos la mayoría de los **estudios eran descriptivos**.

Anzola, en 1985, adelantó la *Investigación en Comunicación Social en Colombia (1872-1984)* [6], en la que establecieron líneas temáticas prioritarias en las investigaciones. Luís Evelio Álvarez Jaramillo [7], publicó en 2009 su tesis de doctorado *Estilos de conocimiento en los estudios de la comunicación mediática en Colombia años 1962 a 1990* [8], en la que contempló las temáticas abordadas en los estudios haciendo énfasis en los estilos de conocimiento funcionalista - difusionista, eclesial y socialista que permearon la IC

en distintos momentos de la historia. Existen otros estudios que avanzan sobre este propósito: “*Investigación en Comunicación y Desarrollo en Colombia en el Siglo XXI: El aporte de las facultades de comunicación*” [9], en el que se hizo revisión de los referentes teóricos, las líneas temáticas, los enfoques de investigación y los conceptos de desarrollo. Este análisis evidencia que el concepto de **ciudadanía** se convirtió en temática frecuente en los proyectos y que permanece en la base de temas como: **ambiente, participación, convivencia**, etc.

Otro aspecto relevante, son las problemáticas alrededor de las **formas comunicativas, procesos de paz y conflicto**, evidenciando la preocupación que surge desde la academia por acercarse y comprender el conflicto armado y sus consecuencias. En lo relacionado con los enfoques, los más utilizados son los de tipo cualitativo. Este estudio reveló un panorama esperanzador para las personas interesadas en la investigación de la comunicación y el desarrollo; mostrando los esfuerzos realizados en este campo e indicando que se han desligado del modelo desarrollista para migrar hacia un concepto de modelo de desarrollo integral, humano y sostenible, en el cual se toma en cuenta la dimensión social y cultural de las comunidades involucradas en procesos de desarrollo que tienen componentes de comunicación.

Surge desde esta perspectiva una invitación a sistematizar las investigaciones producidas por otras instancias: organizaciones e instituciones relacionadas con este campo.

El trabajo *Estado del arte sobre la investigación en medios de comunicación en Colombia 1980-2005* [10], arroja datos



que permiten visualizar un mapa de cómo se investigan los **medios** en el País. Muestra que las preocupaciones más importantes están relacionadas con la **vinculación de los medios y la política**, la **televisión** y la **cultura**. Señala que los enfoques no son rígidos y fluctúan entre lo cualitativo, lo cuantitativo y lo mixto. Indica que **falta reflexionar sobre los medios locales, las nuevas tecnologías de información y comunicación**.

María Isabel Cortés de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia -UNAD-, a través del artículo *“La investigación en comunicación social comunitaria: una experiencia pedagógica”* [11], hace una reflexión acerca de lo que ha significado la investigación en los procesos de formación que se llevan a cabo en la carrera de Comunicación Social de la UNAD. Resalta algunos proyectos de grado, que desde la apropiación de la cultura visibilizaron a las comunidades en las que se desarrollaron y permitieron que sus vivencias y problemáticas se hicieran importantes.

El artículo advierte la necesidad de entender el papel que juega la cultura en los procesos comunicativos y cómo se ve reflejada dicha preocupación en los trabajos de grado de los futuros comunicadores. Hay otras compilaciones por áreas de interés dentro de la comunicación, como la desarrollada por Martha Isabel Hernández, *“Estado del arte, generación y uso del conocimiento sobre televisión digital terrestre (TDT) en Colombia”* [12], en la que se busca responder la pregunta *¿Cuáles son los retos que enfrentan realizadores y usuarios con la llegada de la televisión digital a Colombia?*

[13], indica la necesidad de entender y reflexionar acerca de la importancia de la TDT para este país.



De igual forma, la investigación: *“Los estudios de recepción en Colombia: De las mediaciones -otra vez- a los medios”* [14], hace un acercamiento a lo que han significado los **estudios de recepción**, y cómo a través del tiempo las problemáticas y objetos de estudios se han ido transformando, desde la **cultura popular**, hasta la **educación para la recepción**. Grafica el nuevo camino que han de seguir los estudios de recepción. Se revisan 74 investigaciones realizadas entre el 2000 y 2009. Se encuentra que se está **volviendo a analizar los medios como instrumentos de poder y no como integrantes de la cultura**. También se evidencia que la mayoría de los análisis giran en torno a la televisión.

Por su parte, el trabajo *“Características, alcances sociales e impactos del servicio de radiodifusión de interés público en Colombia”* [15], muestra el poco interés **investigativo en este tema**. Señala la necesidad de **fortalecer la participación en las emisoras tanto locales como universitarias**, y de generar propuestas de investigación que permitan **mejorar el quehacer de las mismas**. Además de estos balances directos en el campo de la comunicación, hay otros de la generación de conocimiento en otros campos que también



aportan al ámbito de comunicación, un ejemplo de ellos es un balance hecho sobre el conocimiento generado sobre **juventud** en Colombia [16]. Este toca los temas centrales que atraviesan la problemática de la juventud, uno de ellos el **consumo cultural**. En otros ejes como la **educación no formal**, la **participación política** y hasta el **empleo** tienen elementos comunicativos que evidencia la presencia de este campo de manera transversal.

En el artículo Comunicación Social en Colombia: Estudios realizados y tendencias en líneas de investigación (2006-2013), Zambrano y Barrios presentan las **tendencias en las líneas de investigación** en este campo de estudio. Para ello tomaron como base la información suministrada por 80 programas de pregrado de Facultades de Comunicación Social identificadas en Colombia. La indagación permitió 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**. La metodología utilizada en este análisis fue la documental [17].

A continuación las tendencias de la investigación en comunicación adelantada en la región antioqueña de Colombia, entre el 2010 y el 2011.

1. RESULTADOS

El número de trabajos de grado, registrados en el estudio fue de 139, el periodo de observación (2010 - 2011). Se encuentra que la Universidad de Antioquia, en promedio, es la institución que mayor número de trabajos de grado presenta relacionados con la comunicación, ello en comparación con otras universidades observadas: Universidad de Medellín, Universidad Cooperativa, Politécnico JIC, Institución Universitaria Luis Amigó y EAFIT.





En el periodo de observación se presenta incremento de trabajos de grado en la U de A y la U de M. En descenso aparece el Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, la Institución Universitaria Luis Amigó, la Universidad Cooperativa y EAFIT. Una posible explicación a este hallazgo es el creciente interés de los estudiantes de realizar práctica profesional en lugar de trabajo de grado. El mayor incremento lo presenta la U de M, con 12 trabajos de grado más en el 2011 en comparación con el 2010.

1.1 Universidad de Antioquia

La Universidad de Antioquia es una institución estatal del orden departamental, se crea por la Ley LXXI del 4 de diciembre de 1878, cuenta con programas en casi todos los ámbitos del saber. La Facultad de comunicación integra a los departamentos de Lingüística y Literatura, los programas de Periodismo, Comunicaciones, Comunicación Audiovisual y Multimedial. También cuenta con el programa de Comunicación Social en los Municipios de Carmen de Viboral y Cauca. El programa de Periodismo tiene presencia en los Municipios de Turbo y Andes.

En la U de A, los ejes de los trabajos de grado encontrados, en torno al campo de la comunicación fueron: comunicación y estudios socioculturales, comunicación organizacional, estudios de periodismo, comunicación y educación, comunicación y cambio social, comunicación política y medios, comunicación audiovisual, y comunicación y salud.



En los **estudios de periodismo** se encuentran análisis de periódicos masivos, el periodismo cultural, análisis de publicaciones electrónicas, la agenda política de la TV regional. Los trabajos de grado en torno a la **comunicación organizacional**, también fueron representativos. Estos se enfocan hacia la comunicación administrativa, comunicación en la universidad, planificación de la comunicación, indicadores de comunicación, comunicación y crisis, clima organizacional y cultura organizacional. En cuanto a la **comunicación y cambio social**, los énfasis aparecen



en torno a la comunicación y el desarrollo en instituciones públicas encargadas de estos temas, también el interés por las estrategias utilizadas en la comunicación medio ambiental, la gestión ambiental, el desarrollo sostenible en Antioquia. Aparece tímidamente el tema de la **comunicación y el medio ambiente**, con abordajes más desde la comunicación organizacional. En **comunicación y medios** se encontraron trabajos en los que se abordaba el análisis del discurso político, caricaturas políticas, análisis de la opinión pública.

Estos estudios provienen de la **Facultad de Comunicaciones**, en su mayoría del pregrado en comunicación seguido del programa de Periodismo, de la Maestría en Lingüística (1) y del pregrado en Comunicación Audiovisual.

Los trabajos de grado que abordan la **comunicación y estudios socioculturales** provienen en un 70% del **pregrado en Trabajo social**.

Los abordajes que se observan están en torno a los jóvenes en relación con temas de democracia, cuerpo, ciudadanía, estilos de vida, cirugía estética, culturas juveniles, identidad, interacción social, representaciones sociales, identidad cultural, jóvenes y medios. De la Facultad de -Comunicaciones- **Programa de Comunicación Audiovisual**, se observa un estudio en el que se aborda la violencia contra la mujer en la U de A, y la realización de guiones y documentales sobre temas de lo cotidiano, las pandillas juveniles y otras problemáticas sociales.

Del Programa de Trabajo Social se observan estudios sobre **comunicación y salud**,

aunque solo aparece un estudio en esta línea, es de señalar que en la Facultad de Salud Pública de la U de A, estos temas son representativos; se espera consultar dicha información posteriormente.

En la U de A, también se encontraron trabajos de grado en **Comunicación y Educación**, liderados por la **Facultad de artes**. Sus líneas de trabajo: artes, comunicación y medios, cultura visual, estudios de públicos y comunicación en museos.

En síntesis, se observa que el programa de Trabajo Social presenta un mayor número de trabajos de grado en los ejes de comunicación y estudios socioculturales, así como de comunicación y salud. En la Facultad de artes se encuentra el liderazgo en los estudios de comunicación y educación. Se observa también, que la comunicación y el medio ambiente se ubican en la agenda de la comunicación y el cambio social, con estudios provenientes de la Facultad de Comunicaciones. Es de señalar que el mayor número de trabajos de grado de esta se ubican en los estudios de periodismo, seguidos del eje de la comunicación organizacional, ambos abordados desde las temáticas tradicionales.

1.2 Universidad de Medellín

La Universidad de Medellín se crea el 1 de febrero de 1950, es de carácter privado. La Facultad de Comunicación integra los programas: Comunicación y Relaciones Corporativas (2004), este presenta tres énfasis (Relaciones Públicas, Comunicación Pública y Gestión del Desarrollo, Gestión de Eventos, Ferias y Certámenes). Comunicación Gráfica y



Publicitaria (2005), sus énfasis son (Marca, Discurso Publicitario, Web). Comunicación y Lenguajes Audiovisuales (2012), énfasis (Guion, Montaje, Administración de Empresas Audiovisuales). También cuentan con la Tecnología en Edición para Televisión.

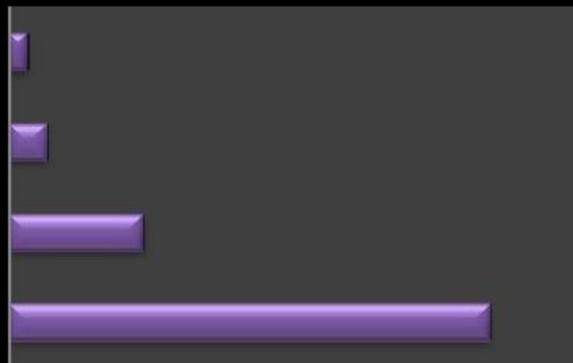
Énfasis de las áreas investigadas en comunicación en U de M (2010-2011)

Comunicación y Estudios socioculturales

Comunicación y educación

Comunicación Publicitaria

Comunicación organizacional



En la Universidad de Medellín, se observa un amplio número de trabajos de grado en el eje de la comunicación organizacional, seguido de comunicación publicitaria, comunicación y educación, y estudios socioculturales, estos provenientes del Programa de Comunicación y Relaciones Corporativas y del Programa Comunicación Gráfica Publicitaria.

En **comunicación organizacional** abordan la comunicación estratégica virtual (Web, redes sociales, RRPP) para diferentes tipo de organizaciones: sector público (Alcaldía de Medellín, Área Metropolitana, Municipio de Guatapé, Alcaldía de la Estrella, Universidad de Antioquia; sector privado (Universidad de Medellín, Bancolombia, Pymes, Protección S.A., Isagen, Proyecto Medellín Ciudad Cluster, ARKIX S.A, RSEEN CABOT COLOMBIANA S.A., COLORQUIMICA S.A., Academia de Cinematografía, IPS Universitaria) y fundaciones de Medellín.

Los estudios también incluyen abordajes en torno a: planes de mercadeo, cambio organizacional, gobierno en línea, gestión del talento humano en Pymes, sistemas de información organizacional, evaluación de la comunicación, comunicación asertiva, comunicación para la gestión ambiental, planeación de la comunicación interna, análisis de medios interactivos.

En **comunicación publicitaria** se encuentran trabajos de grado en torno al uso de las TIC en las campañas publicitarias (comunicación política y medios), medición de campañas, análisis de mensajes publicitarios, comunicación gráfica como estrategia didáctica, efectividad de la publicidad, publicidad institucional, mercadeo social, impacto de la comunicación gráfica, análisis de microempresarios en torno a medios (análisis de públicos). En **comunicación y educación**, se observaron pocas tesis, entre estas el desarrollo de



estrategias para la formación virtual superior. Igual en el eje de **comunicación y estudios socioculturales**, se destaca: Medellín imaginada en sitios Web de turismo.

En síntesis se encuentra que en la U de M, los trabajos de grado relacionados con temas de comunicación se registran en la Facultad de Comunicación. El tema de la comunicación organizacional se destaca con el mayor número de estudios realizados en el periodo observado. Los abordajes: TIC, sistemas informativos, y un elemento destacable por lo nuevo, la comunicación para la gestión ambiental. En el eje de la comunicación publicitaria aparece la comunicación gráfica como elemento de apoyo a la didáctica. Del programa de comunicación y lenguajes audiovisuales no se registran trabajos de grado.

1.3 Universidad Cooperativa

La Universidad Cooperativa de Colombia, sede Medellín se crea en los años 90 cuando dicha Universidad abre seccionales en varias ciudades del País. Desde 1996, cuenta en Medellín, con la Facultad de Ciencias de la Comunicación, cuyo curricular incluye como eje transversal, la comunicación pública y política además de los tradicionales ejes de la comunicación (organizacional, audiovisual y periodística). Esta tiene también Facultad de Educación, la cual cuenta con varios programas entre ellos la Licenciatura en Educación Tecnología e Informática.

Los trabajos de grado en comunicación de la Universidad Cooperativa - sede Medellín, provienen en un 70% de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, y en un 30% de la Facultad de Educación.



Se evidencia que los estudios en comunicación organizacional ocupan el mayor número, seguido de los de comunicación política y medios, comunicación y educación y los estudios de periodismo.



En **comunicación organizacional** se plantean trabajos en torno a la comunicación de la crisis, desarrollo organizacional, planeación estratégica, cultura organizacional. En **comunicación política y medios**, proyectos de cultura y educación política en los medios, el uso de las redes sociales en las campañas políticas, información política en medios. En **comunicación y educación** se presentan estudios relacionados con el pensamiento tecnológico, las TIC y la realidad aumentada, estrategias didácticas, y aprendizajes a partir de TIC.

En síntesis, en la Universidad Cooperativa, sede Medellín, los trabajos de grado de comunicación provienen de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y de la Facultad de Educación. Los abordajes de los trabajos de grado tanto a nivel de la comunicación organizacional, como de la comunicación política son poco vanguardistas. Se destacan los abordajes en torno a la comunicación y la educación por su énfasis en TIC. No se observan estudios en el área de la comunicación audiovisual, otro de los

énfasis de trabajo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de dicha Universidad.

En general los estudios se han realizado para la misma institución educativa, para los Municipios de Sopetrán, Envigado, Medellín, para la Comuna 13, el sector privado es poco representativo. Se presentan también análisis de periódicos: El Colombiano, El Mundo, El Tiempo.

1.4 Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid

El Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid es una Institución Universitaria de carácter público, cuenta con Facultad de Comunicación Audiovisual y con la Facultad de Ingeniería a la que pertenece el programas de Ingeniería Informática, entre otros. Desde este programa se diseñan e implementan sistemas de información. En el periodo observado, en el Politécnico, se presenta mayor número de trabajos de grado en torno de la **comunicación - tecnología y desarrollo**, seguido de la comunicación audiovisual y los estudios de recepción.





En **comunicación, tecnología y desarrollo**, los trabajos de grado proceden en un 80% del programa de Ingeniería informática y en un 20% de la Facultad de Comunicación Audiovisual. Los estudios más característicos son el desarrollo e implementación de sistemas de comunicación internos para diferentes tipos de organizaciones, comunicación con telefonía IP y videoconferencia, agente móvil para la búsqueda y recuperación de información, bibliotecas digitales, documentación de procesos de comunicación e información en organizaciones, implementación de Intranet corporativas, usos de la Web 2.0. Ciberperiódicos.

En la Facultad de Comunicación se reseñan trabajos de grado en **comunicación audiovisual** con abordajes en torno al Cine Colombiano, la conceptualización temática, diseño y realización de cortometrajes, documentales y programas de TV, como el cortometraje “Hágase tu voluntad”, entre otros. Se evidencian también **estudios de recepción** de públicos lectores y televidentes en donde interesan los consumos, rutinas y la apropiación.

En Síntesis en el Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, hay un énfasis de estudios en torno a la comunicación, la tecnología y el desarrollo, provenientes principalmente de la Facultad de Ingeniería Informática; de la Facultad de Comunicación se destacan productos audiovisuales y estudios de recepción. Los estudios en comunicación, la tecnología y el desarrollo se aplican principalmente a la empresa privada y pública. Esta línea de estudios se presenta en los Grupos de Interés de ALAIC en la categoría de Comunicación Digital, Redes y Procesos.

Los productos audiovisuales tienen un marcado contenido sociocultural. Teniendo en cuenta que la investigación en la Facultad de Comunicación Audiovisual la configuran las líneas de educomunicación, comunicación organizacional, comunicación sociocultural, comunicación audiovisual, comunicación y TIC; hace falta más presencia de trabajos de grado en dichas líneas. Es de resaltar que de las prácticas profesionales que realizan los estudiantes de esta Facultad, implican la realización de documentos de profundización temática, además de la sistematización de la experiencia. Documentos que no hicieron parte de la indagatoria de este estudio, en los que se da visibilidad a las líneas investigativas anteriormente mencionadas.

1.5 Fundación Universitaria Luis Amigó

La Fundación Universitaria Luis Amigó es una institución de Educación Superior, creada y dirigida por la Congregación de Religiosos Terciarios Capuchinos, cuenta con una sede principal ubicada en Medellín y cuatro Centros Regionales situados en las principales ciudades de Colombia. La Funlam cuenta con Facultad de Comunicación Social y Publicidad, este programa se creó en 1998; asume la relación *Comunicación - Educación* como su énfasis de profundización y de oferta académica. Esta institución tiene también la Facultad de Psicología y Ciencias Sociales a la que pertenece el programa de Desarrollo Familiar.



En la Fundación Universitaria Luis Amigó hay un mayor número de trabajos de grado en el eje de la comunicación organizacional, seguido de trabajos en comunicación y desarrollo familiar, comunicación alternativa, y algunos estudios socioculturales. Los estudios en **comunicación organizacional** están dirigidos básicamente a ONG, entre estos se encuentran planeación y estrategias de comunicación, aplicación de las TIC para la comunicación interna.

La **comunicación popular** refiere específicamente a medios alternativos de **comunicación**, y los **estudios socioculturales** al tatuaje, el cuerpo y los sentidos. La totalidad de estos trabajos provienen de la Facultad de Comunicación Social y Publicidad. Aparecen también un serie de trabajos en torno a la comunicación y el desarrollo familiar, referidos al dialogo y la comunicación con jóvenes, trabajos adelantados desde el Programa de Desarrollo Familiar de la Facultad de Psicología y Ciencias Sociales.

En síntesis, La Facultad de Comunicación Social y Publicidad de la Fundación Universitaria Luis Amigó no presenta estudios en su énfasis, comunicación y educación, tampoco en comunicación y publicidad. Los abordajes se presentan en comunicación organizacional y alternativa sin mayor novedad. Se destaca que dichos estudios han sido aplicados en ONG y algunas comunas de Medellín como la N8, así como organizaciones: AFMI Comunicaciones, Comunidad Terapéutica Uniendo Esperanzas, Funlam, sector cooperativo.



1.6 Universidad EAFIT



EAFIT, es una universidad privada, cuenta con el pregrado en Comunicación Social que hace parte de la Escuela de Ciencias y Humanidades, inició labores académicas en el 2004. En el año 2007, el programa realizó un cambio curricular en el contexto de la reforma y modernización académica general desarrollada por la Universidad. Con esta, el plan de estudios de la carrera se reestructuró y quedó establecido en 9 semestres. A lo largo del tiempo, el programa ha venido aumentando de manera progresiva el número de sus estudiantes.

La primera promoción de egresados se graduó en el 2008-1. El pregrado en Comunicación Social se centra en la formación de comunicadores sociales y periodistas especializados en tecnologías de información y comunicación. Entre otros programas académicos, EAFIT cuenta con la Escuela de Derecho y la Escuela de Administración a la que pertenece el programa de mercadeo.

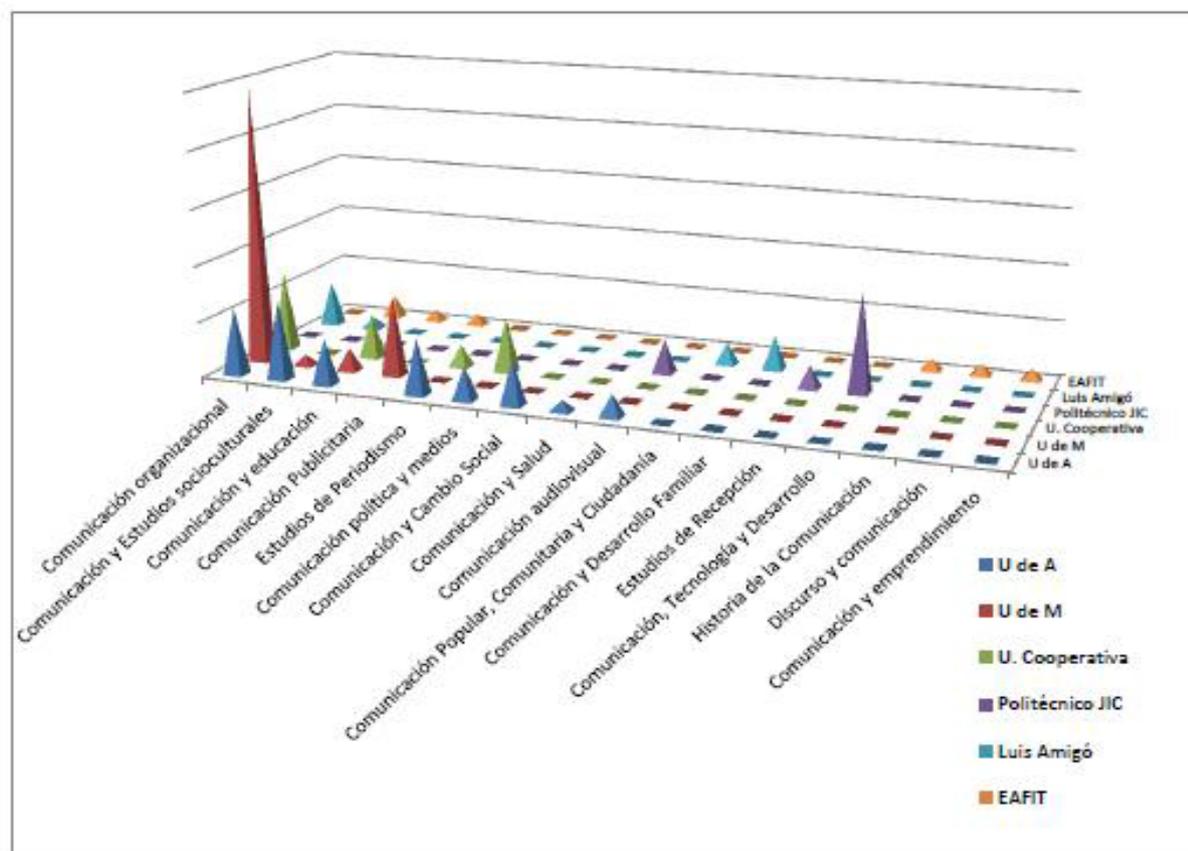
En la categoría de **discurso y comunicación se ubica el trabajo de grado** “El lenguaje jurisprudencial: hacia una Comunicación Jurídica orientada al ciudadano”, proveniente de la Escuela de Derecho. En **comunicación publicitaria** el trabajo de grado “BTL, una herramienta para recordar y fidelizar” del Programa de Mercadeo. También de este programa, se presenta el trabajo de grado que hace análisis de factibilidad para la creación de una empresa dentro del sector de las tecnologías de información y comunicación, el cual se ubica en la categoría de **emprendimiento en comunicación**.

En el énfasis de **Comunicación y educación** se ubica el trabajo de grado en el que se aborda el tema de las TIC aplicadas al E-Learning. En la categoría de **Comunicación y Estudios Socioculturales** se evidencian los proyectos: “La representación de la mujer en la telenovela colombiana” y “Cuerpos bonitos es lo que uno ve en televisión”. En la categoría de **Estudios sobre Periodismo** se aborda el



tema del periodismo cibermedial; en **Historia de la comunicación** el tema de la historia de la TV en Antioquia. Estos provienen directamente de la Facultad de Comunicación Social.

Énfasis de los Trabajos de grado en Universidades de Antioquia (2010-2011)



Conclusiones

En los resultados de este estudio se pudo evidenciar que en el Departamento de Antioquia - Colombia el principal énfasis de los trabajos de grado en comunicación se encuentran en la **comunicación organizacional**. La Universidad de Medellín, Facultad de Comunicación Corporativa, es la más representativa entre las universidades observadas, seguida de la U de A, U. Cooperativa y la Institución Universitaria Luis Amigó.

Las temáticas abordadas en dichos estudios son similares: Planeación de la

comunicación y crisis, indicadores de gestión, cultura organizacional, gestión de la comunicación, desarrollo organizacional. Destaca la U de M por el énfasis de la comunicación organizacional en relación con TIC: Web, sociales, RR.PP, gobierno en línea, Pymes, evaluación de la comunicación organizacional, medios interactivos.

El tipo de organizaciones que se asumen en los estudios son de tipo público, privado, ONG. En la U de M se presenta una inclinación a la empresa privada, Pymes y sector del gobierno; en U de A, la U. Cooperativa



y Funlam, a corporaciones, la misma universidad, Municipios, corporaciones y cooperativas.

En **comunicación y estudios socioculturales** la universidad más representativa en términos de presencia de trabajos de grado es la U de A, la mayoría de estos, provenientes del programa de Trabajo Social. Los abordajes que se observan están en torno a los jóvenes en relación con temas de democracia, cuerpo, ciudadanía, estilos de vida, cirugía estética, la violencia contra la mujer en la U de A, y la realización de guiones y documentales sobre temas de lo cotidiano, las pandillas juveniles y otras problemáticas sociales (**Programa de Comunicación Audiovisual y Multimedia**).

La U de A, lidera también los estudios en **comunicación y educación** adelantados principalmente desde la Facultad de Artes, entre los abordajes cultura visual, estudios de públicos y la comunicación en museos. La Facultad de Comunicaciones lidera los **estudios de periodismo, comunicación y cambio social**, en los que se presenta tímidamente la comunicación medioambiental. En **comunicación política y medios**, el liderazgo es de la U. Cooperativa-Medellín, en donde se resaltan también estudios en estrategias didácticas, y aprendizajes a partir de TIC. En EAFIT, emergen estudios de e-Learning y emprendimiento en comunicación.

El Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, lidera los estudios en **comunicación audiovisual, estudios de recepción y comunicación, tecnología y desarrollo**. En **comunicación publicitaria** la U de M es la de mayor presencia.

Zambrano y Barrios presentan las tendencias en las líneas de investigación en comunicación en Colombia (**2006-2013**), destacan 17 campos disciplinares y 3 nuevas líneas de investigación. 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**.

En estos resultados se presentan pocas conexiones entre los campos que identifican Zambrano y Barrios (2013). Asimismo pocos trabajos de grado que conecten con los 5 ejes estratégicos del Plan de Desarrollo de la Gobernación de Antioquia (2012-2015): Legalidad; Educación como Motor de Transformación; Seguridad y Prevención de la Violencia; Inclusión Social, Desarrollo, Medioambiente y Sostenibilidad; Integración Regional con Urabá y Antioquia sin fronteras [18].

BIBLIOGRAFÍA

Anzola, P., & Cooper, P. (1985). *La investigación en comunicación social en Colombia*. Bogotá, Asociación de Investigadores de la Comunicación – ACICS, y Centro de estudios y promoción del desarrollo, DESCO. Lima (Perú).

Álvarez Jaramillo, L. E. (2009): *Estilos de conocimiento en los estudios de la comunicación mediática en Colombia, años 1962 a 1990*. Fondo Editorial Universidad del Cauca. Cali.



Arias Marín, J. G. (2010): *La investigación en comunicación en los programas académicos de la región centro*. Asociación colombiana de programas de comunicación e información (AFACOM). Bogotá (Colombia).

Beltrán Salmón, L. R. (2000): *Investigación sobre comunicación en Latinoamérica. Inicio, trascendencia y proyección*. Plural editores. La Paz (Bolivia).

Cadavid A. (coord. y otros) (2005). *Balance y Análisis crítico de la Investigación en comunicación en la facultad de Comunicación y Lenguaje de la PUJ 1995-2005*, Bogotá Pontificia Universidad Javeriana.

Cataño, M., Bonilla, J. I., Rincón, O., & Zuluaga, J. (2010) : "Los estudios de recepción en Colombia: De las mediaciones -otra vez- a los medios". Ciespal. Recuperado el 10 de febrero de 2011 de: <http://es.scribd.com/doc/35373845/De-Las-Mediaciones-a-Los-Medios-Colombia>.

Cortés, M. I. "La investigación en comunicación social comunitaria: una experiencia pedagógica". Recuperado el 10 de febrero de 2011 de: <http://departamento.pucp.edu.pe/comunicaciones/images/documentos/cap04-mcortes.pdf>

Escobar, M. R. (coord.) y otros. (2004). *Estado del arte del conocimiento producido sobre jóvenes en Colombia 1985-2003*, Bogotá, Programa Presidencial Colombia Joven, Agencia de Cooperación Alemana GTZ, UNICEF.

Fuentes Navarro, R. (1994). Notas sobre la filosofía y sociología de la ciencia. Guadalajara: ITESO, Huella No. 23.

Fuentes Navarro, R. (1997a). "Consolidación y fragmentación de la investigación de la comunicación en México, 1987-1999" en *Comunicación y Sociedad*, número 30, mayo-agosto. Guadalajara: DECS, Universidad de Guadalajara, pp. 27-50.

Fuentes Navarro, R. (1997b). Retos disciplinarios y pos disciplinario para la investigación de la comunicación" en *Comunicación y Sociedad*, número 31, septiembre-diciembre. Guadalajara: DECS,

Universidad de Guadalajara, pp. 215-241.

Fuentes Navarro, R. (1998a). *La emergencia de un campo académico. Continuidad utópica y estructuración científica de la investigación de la comunicación en México*. México: UdeG, ITESO.

Fuentes Navarro, R. (1998b): "La investigación académica de la comunicación en México: notas para un balance reflexivo", *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas. Época II*, Vol., No. 8 (pp.35-59). Colima: Programa Cultura Universidad de Colima.

Fuentes Navarro, R. (2002). "Comunicación, cultura, sociedad: fundamentos conceptuales de la postdisciplinariedad" en *Tram (p) as de la comunicación y la cultura*, 1 (1) 12-29. La plata: Universidad Nacional de La Plata.

Fuentes Navarro, R. (2003). "La producción social de sentido sobre la producción social de sentido: hacia la construcción de un marco epistemológico para los estudios de la comunicación" en Vassallo de Lopes (org). *Epistemología da Comunicacao*. Brasil: Edicoes Loyola (Comunicacao Contemporánea, 1). pp. 15- 40.

Fuentes Navarro, R. (2004). "Del intercambio de mensajes a la producción de sentido: implicaciones de una perspectiva sociocultural en el estudio de la comunicación" en *Quórum Académico*, 1 (1), 3-22. Maracaibo: Universidad de Zulia.

Fuentes Navarro, R. (2005a). "El campo académico de la comunicación en México como objeto de análisis auto-reflexivo", en Lozano (ed.), *La comunicación en México: diagnósticos, balances y retos*. México: CONEICC/ITESM, pp.29-53.

Fuentes Navarro, R. (2005b). "La configuración de la oferta nacional de estudios superiores en Comunicación. Reflexiones analíticas y Contextuales", en *Anuario CONEICC de Investigación de la Comunicación XII, México: Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación* (pp. 15-40).



Fuentes Navarro, R. (coord.). (2006) *Instituciones y redes académicas para el estudio de la comunicación en América Latina*. Guadalajara, México: ITESO.

Galindo Cáceres, L. J. (2004a): "Notas para una comunicología posible. Elementos para una matriz y un programa de configuración conceptual-teórica" en *Escribanía* No. 13. Colombia: Universidad de Manizales. pp. 5-12.

Galindo Cáceres, L. J. (2004b): "Hacia una comunicología posible en México. Notas preliminares para un programa de investigación" en *Anuario CONEICC de Investigación de la Comunicación No XI*. México: CONEICC. pp. 51-72.

Galindo Cáceres, L. J. (2004c): "Sobre comunicología y comunicología metodológica. Primera guía de apuntes sobre horizontes de lo posible" en Martell (coord.): *Hacia la construcción de una ciencia de la comunicación en México. Ejercicio reflexivo 1979-2004*. México: Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, pp.127-145.

Galindo Cáceres, L. J. (2005a). "Notas para una comunicología posible" en K. Cárdenas Tanius (comp.). *Mirada a la ciudad desde la comunicación y la cultura*. México: UACM.

Galindo Cáceres, L. J. (2005b). *Hacia una Comunicología posible*. San Luis Potosí: Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

Galindo Cáceres, L. J. (2005c). *Comunicología y semiótica. La dimensión de la difusión y las tecnologías de información y comunicación*. [En línea octubre de 2005] Disponible en: <http://www.geocities.com/comunicologiaposible1/tbgalindo15.htm>.

Galindo Cáceres, L. J. (2006). *Cibercultura. Un mundo emergente y una nueva mirada*. México: CONACULTA, Instituto Mexiquense de Cultura.

Galindo Cáceres, L. J. (2008). *Comunicación, Ciencia e Historia. Fuentes científicas históricas hacia una Comunicología posible*. Madrid: McGraw Hill-Interamericana.

Galindo Cáceres, L. J. (coord.) (2009). *Sociología y Comunicología. Historias y posibilidades*. Salta, Argentina: EUCASA, Universidad Católica de Salta.

Galindo, J., & C. Luna (coord.) (1995). *Campo académico de la comunicación: hacia una reconstrucción reflexiva*. México: ITESO, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

Galindo, J., & M. Rizo (coords.) (2008). *Historia de la comunicología posible. Las fuentes de un pensamiento científico en construcción*. México: Universidad Iberoamericana-León, Universidad Iberoamericana-Puebla.

Galindo, J., T. Karam., & M. Rizo (2005). *Cien libros hacia una comunicología posible. Ensayos, reseñas y sistemas de información*. México: UACM.

Garcés Montoya, Á. P., & Lombana Herrera, D. P. (eds. académicas) (2006). *Pensar la Comunicación. Reflexiones y avances en investigación*. Universidad de Medellín. Medellín.

Hernández Aguirre, M I. (2010): *Estado del arte, generación y uso del conocimiento sobre televisión digital terrestre (TDT) en Colombia*. "Revista Razón y Palabra" (70). Recuperado el 10 de febrero de 2011 de: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N70/14%20Hernandez_revisado.pdf

Hernández Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2007): *Metodología de la investigación*. Mc Graw-Hill Interamericana Editores. México, D.F (México).

Herrera Arango, Á. (coord.) y otros. (2009): *Estado del arte de la investigación en comunicación y desarrollo en Colombia 2002 – 2006*. USTA, UNAD, UNIMINUTO. Bogotá.

Márquez de Melo, J. (2004): *Los tiempos heroicos: la formación de la comunidad latinoamericana de ciencias de la comunicación*, ponencia presentada al Congreso del IDRC en Porto Alegre, Brasil, el 25 al 30 de julio.



Martín Barbero, J. (). *Oficio de Cartógrafo Travesías latinoamericanas de la comunicación a la cultura*.

Martín Barbero, J. (1988): Retos a la investigación de comunicación en América Latina, en: *Memoria de la semana internacional de la comunicación, U. Javeriana, Bogotá, 1980*; y luego en *Procesos de comunicación y matrices de cultura*, México, Gustavo Gili 1988.

Martínez, B., & Muñoz, M. T. (2010): *Estado del Arte y análisis crítico de la investigación de la FCC de Uniminuto (1994-2010)*. Uniminuto. Bogotá.

Munizaga, G., & Rivera, A. (1983): *La investigación en Comunicación Social en Chile*. Centro de Estudios y Promoción del Desarrollo. Lima (Perú).

Peirano, L., & T. Kudo (1982): *La investigación en comunicación social en el Perú*. Lima, Centro de Estudios y Promoción del Desarrollo – DESCO Plan de Desarrollo de Antioquia 82012-2015). http://antioquia.media.vcb.com.co/antioquia.gov.co/Plan_de_desarrollo_2012_2015/plan_de_desarrollo_anteproyecto_%20ctp_completo_version_pagina_web.pdf

REDICOM: <http://www.javeriana.edu.co/redicom/proyectos.htm> S.n. S.f. *Características, alcances sociales e impactos del servicio de radiodifusión de interés público en Colombia*. Recuperado el 10 de febrero de 2011 de: <http://201.234.78.217/mincom/documents/portal/documents/root/Radiodifusion%20Sonora/diagnostico%20del%20servicio/5INTRODUCCION.pdf>

Torrico, Villanueva, E. (coord.) (2005). *El estado de la investigación de la comunicación en Bolivia*. La Paz, Azul Editores.

Valencia Jiménez, E. SJ (1979): *Investigación descriptiva documental de los trabajos de grado de la facultad de comunicación en el área de publicidad (1965-I Semestre 1977)*. Universidad Javeriana. Bogotá.

Valderrama, C. (2009): *La investigación en medios de comunicación en Colombia (1980-2009)*. “Revista Nómadas” núm. 31. Recuperado el 27 de enero de 2011 de: <http://www.ucentral.edu.co/NOMADAS/nunme-ante/31-35/31/31.17V.%20La%20investigacion%20en%20medios.pdf>

Vasallo de Lopes, M. I. (1999): *La investigación en comunicación: cuestiones epistemológicas, teóricas y metodológicas en “Diálogos de la comunicación”*, Núm. 56. Recuperado el 27 de enero de 2011: http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos_epoca/pdf/5602MariaVassallo.pdf.

Zambrano Ayala, W., & Barrios Rubio, A. (2013). COMUNICACIÓN SOCIAL EN COLOMBIA: Estudios realizados y tendencias en líneas de investigación (2006-2013). *Revista Luciérnaga*, 5 (10) Grupo de Investigación en Comunicación, Facultad de Comunicación Audiovisual, Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. Medellín-Colombia. ISSN 2027-1557.

NOTAS

[1] Este proyecto se fundamenta y dimensiona a la luz de la propuesta “Revisión Teórica y Análisis Crítico de la Investigación En Comunicación Social En Colombia (1985-2011) sugerida para su realización por un grupo de investigadores y la Asociación de Facultades de Comunicación - AFACOM, en el 2011, el cual se suspendió y solo alcanzó algunos niveles de formulación. En tanto la investigadora principal del proyecto que se coloca a consideración, participó en la formulación de la propuesta, y actuaría como coordinadora de esta a nivel de Antioquia, retoma el espíritu de la indagación que se pretendía, le dimensiona y le reformula para hacer observación del fenómeno de la investigación interdisciplinar, en el contexto regional pero en relación con las



necesidades y problemáticas que se exponen en el Plan de Desarrollo de Antioquia (2012-2015) y con la intención de implementar el Observatorio Antioqueño de la investigación interdisciplinar en comunicación.

[2] Investigador del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Guadalajara-ITESO.

[3] Fuentes Raúl, Seminario Doctorado en Estudios Científicos Sociales/ Línea Comunicación, Cultura y sociedad.

[4] Arias Marín, Juan Guillermo (2010).

[5] Profesor investigador del Instituto Tecnológico de Occidente- ITESO, Guadalajara. Departamento de Estudios Socio-culturales.

[6] Anzola, Patricia y Cooper, Patricio (1985).

[7] Director del Doctorado en educación de la Universidad del Cauca.

[8] Álvarez Jaramillo, Luís Evelio (2009).

[9] Herrera Arango, Álvaro (coordinador) y otros (2009).

[10] Valderrama, Carlos (2009).

[11] Cortes, María Isabel (2007).

[12] Hernández Aguirre, Martha Isabel (2010).

[13] *Ibíd.* Pág. 4.

[14] Cataño Mónica, Bonilla Jorge Iván, Rincón Omar, Zuluaga Jimena (2010).

[15] S.A. S.f. *Características, alcances sociales e impactos del servicio de radiodifusión de interés público en Colombia.*

[16] Escobar, Manuel Roberto (coordinador) y otros (2004).

[17] La investigación documental se caracteriza por la utilización de documentos;

recolecta, selecciona, analiza y presenta resultados coherentes. Se caracteriza por: Utilizar los procedimientos lógicos y mentales de toda investigación; análisis, síntesis, deducción, inducción, etc. Realiza un proceso de abstracción científica, generalizando sobre la base de lo fundamental. Realiza una recopilación adecuada de datos que permiten redescubrir hechos, sugerir problemas, orientar hacia otras fuentes de investigación, orientar formas para elaborar instrumentos de investigación, elaborar hipótesis, etc.

[18] Los resultados preliminares de este estudio se presentaron en XII Congreso ALAIC- Lima Perú. Disponible en: <http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2014/10/GT9-M%C3%B3nica-Mar%C3%ADa-Valle-FI%C3%B3rez.pdf>

Para citar este artículo:

Valle, F. Mónica (2014). **LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN EN ANTIOQUIA-COLOMBIA.** Revista Luciérnaga/ Comunicación, Año 6, N12. Facultad de Comunicación Audiovisual- Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid-PCJIC & Facultad de Ciencias de la Comunicación - Universidad Autónoma de San Luis Potosí- UASLP. México. ISSN 2027- 1557. Págs. 73-91.

DOI. 10.33571/revistaluciernaga.v6n12a5