

Encrucijadas de la Comunicación en Venezuela

Jesús María Aguirre, s.j.*

En el Encuentro de Investigadores de la Comunicación (Invecom), celebrado en la UCAB entre el 27-29 de mayo, se ha presentado el libro *Encrucijadas de la Comunicación en Venezuela*, compilado por los profesores Marcelino Bisbal y Jesús María Aguirre (Ed. Bid & co.editor).

Según explicaron los autores esta publicación de quinientas páginas, que coincide con el 40º aniversario de la revista *Comunicación* del Centro Gumilla, es fruto de la labor tenaz de un grupo de investigadores de la UCAB y de la UCV en cooperación con otras organizaciones del medio comunicacional, y cubre una laguna en los conocimientos sobre el estado actual de las comunicaciones en Venezuela.

Las diecisiete firmas que han avalado el proyecto han respondido a dos objetivos precisos, como explican en el prólogo: por una parte llenar un agujero negro en la visión conjunta de la situación de los medios y redes de comunicación social en el país, conocimiento necesario para cualquier profesional, y por otra parte ofrecer un instrumento que sirva para labores docentes en el proceso de formación de los comunicadores sociales y gestores de redes.

El título de *Encrucijadas* obedece a la situación de incertidumbre de las comunicaciones en un país donde se han cruzado los vertiginosos cambios tecnológicos y las políticas de un gobierno autodenominado revolucionario. Temas clásicos co-

mo las políticas de comunicación, economía de la comunicación, democratización de las comunicaciones, consumo cultural, la recepción y sus mediaciones, libertad de expresión, la crisis del periodismo, y otros tópicos tan cruciales como la libertad de expresión, el papel de las comunicaciones alternativas y las tendencias digitales, copan las secciones principales.

Además, se incorporan capítulos dedicados a otras áreas de interés del mundo empresarial, poco investigadas en la coyuntura actual, donde se denigra de las empresas privadas, como son el de la comunicación organizacional, la responsabilidad social y las comunicaciones publicitarias.

El cuerpo final del libro cierra con el “Mapa y agenda de la investigación en comunicaciones”, que incluye el recorrido histórico de la investigación en el ámbito de la comunicación y las nuevas rutas abiertas en la exploración de Internet y las redes sociales. Un exhaustivo apéndice de direcciones sobre las revistas digitales especializadas enriquece como colofón un libro, que, sin duda, marcará un hito entre las publicaciones del área.

El diseño elegante logrado por Bid & Co. editor, con una portada ilustrada por el artista plástico Víctor Hugo Irazábal, convierte al libro en una obra de arte.

*Miembro del Consejo de Redacción de SIC.

