

La investigación en comunicación en América Latina

Tendencias y perspectivas a partir del siglo XXI

I. Punto de partida conceptual

Examino, en términos generales, las tendencias y perspectivas de la investigación en comunicación en América Latina, a partir de los congresos bianuales celebrados por la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (Alaic), en el período 1998-2012. Se seleccionó esta asociación porque proporciona información relevante sobre la investigación que se genera en las principales universidades de la región, y porque además, ofrece un panorama general de la estructura académica del campo de la comunicación mediante cuatro dimensiones importantes: profesionalización, institucionalización, formación en investigación y comunidad científica.

La Alaic está constituida en veintidós grupos de trabajo, denominados GT, que operan con vigor desde el IV Congreso celebrado en 1998 en la Universidad Católica de Pernambuco, Recife, Brasil. Asimismo, esta asociación ha sido consecuente con su agenda de congresos bianuales y con la divulgación de sus actividades académicas: conferencias inaugurales, ponencias y talleres alojados en la red, elementos que nos permiten evaluar de manera sistemática los temas de interés que se formulan desde los grupos de trabajo.

Recordemos que la Alaic fue creada en noviembre de 1978, por un grupo de distinguidos investigadores comprometidos con el desarrollo ético-crítico del campo de la comunicación, con el fortalecimiento de

El objetivo fundamental del estudio es examinar, en primer lugar, las tendencias y perspectivas de la investigación en comunicación desde el escenario de los encuentros que año a año lleva la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (Alaic). El otro objetivo es detenerse en Venezuela de cara al siglo XXI y ver el elenco de temas y áreas de interés que están presentes desde la revista Comunicación. Pero también nos orienta en las perspectivas que se abren de cara al futuro y desde allí nos ofrece algunos escenarios dignos de tomar en cuenta para seguir avanzando.

Abstract

The primary objective of the study is to examine, first, trends and prospects of research in communication from the scene of the encounter that every year brings the Latin American Association of Communication Researchers (Alaic). The other objective is to stop in Venezuela facing the XXI century and see the list of topics and areas of interest that are present from the journal Comunicación. But it also gives direction to the prospects that open for the future and from there gives us some scenarios worthy of taking into account for further progress.

■ GUSTAVO HERNÁNDEZ DÍAZ

la democracia en la región y con la implementación de políticas públicas en el sector comunicacional. Entre sus miembros fundadores podemos mencionar a Elizabeth Safar, Antonio Pasquali, Luis Aníbal Gómez, Oswaldo Capriles, Alejandro Alfonso, Patricia Anzola, Jesús Martín Barbero, Rafael Roncagliolo, José Marques de Melo, entre otros. Siendo, en su momento, Luis Aníbal Gómez (Venezuela, 1978-1979) primer presidente de esta organización y tiempo después, Oswaldo Capriles (Venezuela, 1983-1984); ambos, directores del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (Ininco) de la UCV¹.

Los grupos de trabajo se articulan, a su vez, con la realidad concreta de cada país y de la región; en cierta forma son una extensión de las líneas de investigación que se desarrollan en las universidades latinoamericanas, razón por la cual los temas de debate obedecen a los intereses mancomunados de dicha asociación. Aguirre lo dice de esta manera:

Responder cuáles son las líneas de investigación que se imponen en el sector académico, exige delimitar el espacio geográfico, pues en ciencias sociales el factor espacio-temporal es muy importante; en segundo lugar, establecer las áreas de preferencia de los centros de investigación y de los investigadores. (1999:6)

II. Mirada comunicacional: tendencias Alaic (1998-2012)

1. Profesionalización

Se observa en la región un proceso de profesionalización de los estudios de comunicación. Se crean numerosas escuelas de comunicación, con el propósito de atender las demandas del mercado laboral en medios de comunicación, gestión comunicacional, empresas consultoras, poderes locales, organizaciones políticas y empresas de comunicación en redes sociales. Esta demanda profesional se complejiza en la medida en que las escuelas de comunicación social incorporan, en planes de estudios, asignaturas de otras carreras y/o áreas afines: diseño digital, comunicación multimedia, mercadeo, producción televisiva y relaciones públicas. Ejemplo que ilustra lo anterior: en la región de Centroamérica y El Caribe, a un alto porcentaje de egresados se le hace difícil conseguir empleo acorde con su formación profesional, ocupando cargos relacionados con ventas, mercadeo y rela-

CUADRO 1. ESCUELAS DE COMUNICACIÓN EN LATINOAMÉRICA. 1940-2009

1940	1950	1960	1970	1980	1990	2005	2009
3	11	45	81	163	227	1.026	1.742

Fuente: León (2012) a partir de base de datos de Nixon (1982); Sánchez (1991), Felafacs (2005),

CUADRO 2. PROGRAMAS DE MAGÍSTERES Y DOCTORADOS EN COMUNICACIÓN Y PERIODISMO EN AMÉRICA LATINA

	PAÍS	MAGÍSTERES	DOCTORADOS
1	México	25	6
2	Brasil	19	12
3	Argentina	15	4
4	Chile	7	0
5	Perú	4	0
6	Venezuela	3	0
7	Bolivia	4	0
8	Costa Rica	3	0
9	Puerto Rico	2	0
10	Cuba	2	1
11	Colombia	1	0
12	R. Dominicana	1	0
13	Uruguay	1	0
14	Ecuador	1	0
	Total	88	23

Fuente: Mellado (2010), sobre la base de datos suministrados por Nixon (1970); Ferreira y Tilson (2000) y Felafacs (2005). Véase: http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=S1315-95182010000100002&script=sci_arttext con acceso: 4-2-2013

ciones públicas. Se advierte una limitada insistencia de motivar el componente investigativo, mientras que la tendencia curricular se concentra en áreas especializadas para formar comunicadores competentes en tecnologías de punta y en saberes orientados hacia la aplicación (Unesco, 2009).

Según datos de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (Felafacs), existe una tendencia hacia la profesionalización de la carrera de comunicación social, con el incremento anual de escuelas de comunicación en el período 1940-2009. En 1980 se fundaron 163 escuelas, doblando el número que funcionaba en 1970. Los años 2005 y 2009 también fueron muy favorables con la presencia superlativa de escuelas de comunicación: mil 026 y mil 742, respectivamente. (León, 2012. Véase cuadro 1).

2. Institucionalización

Martín Barbero sostiene: “En los últimos años la institucionalización del campo de la comunicación en América Latina es un hecho notorio y contradictorio, que ha producido cambios cualitati-

vos y ha hecho emerger nuevas tensiones.” (1999:12) Este autor observa tensiones de carácter ético y epistemológico entre la investigación académica y el mercado. Y, por otra parte, percibe avances significativos en estos aspectos: número creciente de investigaciones, conformación de comunidades científicas, apertura de convenios y presencia internacional de instituciones académicas.

Añadiría a estos factores el notable aumento de escuelas de comunicación, tal como se refirió en el punto anterior, y el surgimiento paulatino de estudios de cuarto nivel en la región. Felafacs reporta un total de 111 programas de postgrado en comunicación, los cuales se distribuyen de la siguiente manera: 88 maestrías en comunicación y 23 doctorados. La mayor cantidad de maestrías y doctorados se concentran en México y Brasil (Mellado, 2010. Véase cuadro 2).

3. Asociación científica regional

Como ya se ha señalado, la Alaic representa la principal asociación científica de investigadores de comunicación de América Latina, constituida en veintiún

grupos de trabajo que dan cuenta, periódicamente, de las líneas de investigación y temas de interés que se fomentan en diversas universidades de la región (véase cuadro 3). Estos son algunos de los objetivos de esta asociación²:

- Congregar y apoyar a la comunidad científica latinoamericana especializada en la investigación de la comunicación, buscando el incremento y mejoramiento de sus actividades.
- Promover y defender el establecimiento y desarrollo de las condiciones necesarias para la libertad de investigación, el reconocimiento, la protección legal y justa remuneración para los investigadores de América Latina que actúan en el área de la comunicación; representar los intereses de sus miembros y actuar en su defensa y divulgación ante las diversas entidades, instituciones y organismos de carácter nacional e internacional.
- Fomentar las relaciones y cooperación entre agrupaciones de este campo del conocimiento científico y con organizaciones regionales, nacionales e internacionales que persigan objetivos similares; promover la creación de centros de investigación en comunicación en la región y auspiciar la formación de asociaciones nacionales de investigación en los países donde estas no existan.

4. Comunidad científica

En el período 1998-2012 se han con-signado un total de 3 mil 394 ponencias en los congresos bianuales celebrados por la Alaic. Un promedio anual de 424 trabajos; lo cual implica un aporte académico sustancial en aras de la consolidación de los estudios latinoamericanos en comunicación. Los congresos que han recibido el mayor número de ponencias corresponden a estos años: 2012 con 671 (19,8%); 2004 con 580 (17,1%) y 2006 con 424 (12,5%). Estas cifras revelan, en primer lugar, que existe una comunidad científica latinoamericana en el campo de la comunicación que se identifica con un elenco de temas, valores, teorías, códigos científicos y protocolos de investigación que se despliegan en programas de pregrado y postgrado. (Véase cuadro 4)

Dicha comunidad fomenta líneas de investigación, preserva el legado teórico y representa diversos enfoques epistemológicos de las ciencias sociales y humanas; enfoques que, dicho sea de paso, se vienen discutiendo institucionalmente desde

CUADRO N° 3. GRUPOS DE TRABAJO (GT) DE LA ALAIC CONSOLIDADOS DESDE 1998

(GT)	DENOMINACIÓN DE LOS GT
GT1	Comunicación, tecnología y desarrollo
GT2	Comunicación y ciudad
GT3	Comunicación política y medios
GT4	Economía política de las comunicaciones
GT5	Estudios de recepción
GT6	Estudios sobre periodismo
GT7	Ética y comunicación
GT8	Folkcomunicación
GT9	Comunicación y educación
GT10	Comunicación y salud
GT11	Discurso y comunicación
GT12	Comunicación organizacional y R.P.
GT13	Comunicación publicitaria
GT14	Historia de la comunicación
GT15	Medios comunitarios y ciudadanía
GT16	Telenovela y ficción seriada
GT17	Teoría y metodología de la investigación
GT18	Internet, sociedad y comunicación
GT19	Comunicación intercultural
GT20	Comunicación y estudios culturales
GT21	Medios de comunicación, niños y adolescentes

Fuentes: elaboración propia (2013) sobre la base de datos de la Alaic, León (2006) y blog académico: <http://mundodisenodeproyectos.blogspot.com/2008/11/ponencias-del-vii-congreso-alaic-2004.html>, con acceso 25-1-2013.

la década de los 70; concretamente, a partir del primer *Seminario sobre investigación de la comunicación en América Latina*, organizado por el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, Ciespal, en 1973, en San José de Costa Rica. Recordemos que este Seminario fue muy claro al afirmar que la investigación regional asumía, sin juicio crítico, teorías y metodologías de otras latitudes; razón por la cual se sugería repensar la comunicación desde un marco conceptual concebido desde la misma región, que sea autónomo y creativo, y que explique nuestra realidad.

5. De los medios a las mediaciones

La producción académica de la Alaic en lo que va de siglo XXI, ha profundizado en temáticas formuladas en la década de los 90. Así pues, desde esa década hasta hoy en día, la tendencia consiste en analizar estos aspectos: la recepción mediática entendida en su contexto social, sin determinaciones efectológicas; la interdisciplinariedad entre educación y comunicación; la hibridación antropológica de los estudios culturales; la comunicación alternativa en el ámbito de las redes digitales y la globalización; la influencia de las tec-

nologías en las mediaciones sociales y cognitivas. Estos enfoques plantean otro punto de vista para comprender los medios y las industrias culturales desde la premisa central de que los medios no solo median la realidad, sino que es imprescindible examinar las diferentes fuentes mediacionales (familia, escuela, grupos de amigos, videotecnologías, etcétera) que influyen en la manera de percibir los medios y la cotidianidad, lo global y lo local. Otros tópicos de interés que marcan la investigación en comunicación son: el debate acerca del estatuto epistemológico de las ciencias de la comunicación, teoría y metodología en comunicación, los problemas epistemológicos de la comunicación organizacional, el estudio del género telenovela, la relación entre la cultura urbana y comunicación, entre tecnología y desarrollo. (Véase cuadro 4 y gráfico 1)

A tenor de lo anterior, veamos en qué consisten los GT³ de la Alaic que trabajan, precisamente, sobre estos temas:

El grupo de trabajo (GT-1), *Comunicación, tecnología y desarrollo*, analiza desde una perspectiva crítica y epistemológica los cambios sociales. También se abordan los siguientes asuntos: papel institucional de la comunicación, prácticas extensionistas y promoción social, innovaciones en contextos locales y globaliza-

dos, responsabilidad pública y privada ante la innovación tecnológica.

El grupo de trabajo (GT-20), *Comunicación y estudios socioculturales*, centra su atención en la influencia de los medios y de las industrias culturales en los imaginarios simbólicos y en formas de sociabilidad.

El grupo de trabajo (GT-9), *Comunicación y educación*, examina las relaciones epistemológicas, teóricas y metodológicas que se establecen entre el campo académico de la educación y el campo de la comunicación a partir del constructivismo y de los estudios culturales latinoamericanos. Desde este punto de encuentro interdisciplinario se formulan estrategias educativas para estudiar las industrias culturales, la Internet, las tecnologías de punta y las mediaciones sociales.

El grupo de trabajo (GT-12), *Comunicación organizacional*, estudia organizaciones complejas, los paradigmas de la comunicación en empresas e instituciones, la interpretación antropológica de las organizaciones en entornos virtuales, la organización frente a la sociedad del conocimiento y comunicación.

El grupo de trabajo (GT-5), *Estudios de recepción*, analiza cómo interactúan las audiencias con los medios desde perspectivas cualitativas; también explora modalidades de recepción sociocultural que se originan en comunidades de interpretación familiar, escolar, religiosas y videotecnológicas.

En los congresos celebrados por la Alaic hasta 2012, *Comunicación, tecnología y desarrollo* ha presentado 231 ponencias (6,8%), *Comunicación y estudios socioculturales*: 207 (6,1%), *Comunicación y educación*: 205 (6,0%), *Comunicación organizacional*: 195 (5,7%) y *Estudios de recepción*: 182 (5,4%).

6. Vigencia de temas tradicionales

Se continúa trabajando con los tradicionales temas de investigación que se han desarrollado con vigor en América Latina en las últimas tres décadas del siglo XX: políticas públicas de comunicación, régimen de propiedad y estructura de los medios, diagnóstico de la situación en comunicaciones, comunicación alternativa, derecho a la información y la comunicación, análisis semiótico, teoría y metodología de la comunicación, ética y deontología. Por otra parte, los estudios en comunicación se han abierto a otros campos del saber; esto significa que la escuela norteamericana ya no es el paradigma do-

CUADRO 4. PONENCIAS PRESENTADAS EN LOS GRUPOS DE TRABAJO (GT) DE LA ALAIC: PERÍODO 1998-2012

Grupos de trabajo	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010	2012	Total por grupos de trabajo
GT1	13	40	38	44	26	19	14	37	231
%	5,6	17,3	16,5	19,0	11,3	8,2	6,1	16,0	6,8
GT2	14	14	21	29	13	7	28	31	157
%	8,9	8,9	13,4	18,5	8,3	4,5	17,8	19,7	4,6
GT3	10	22	23	33	18	20	28	33	187
%	5,3	11,8	12,3	17,6	9,6	10,7	15,0	17,6	5,5
GT4	15	16	16	20	25	6	20	27	145
%	10,3	11,0	11,0	13,8	17,2	4,1	13,8	18,6	4,3
GT5	14	34	14	24	15	9	22	50	182
%	7,7	18,7	7,7	13,2	8,2	4,9	12,1	27,5	5,4
GT6	28	34	25	40	33	24	24	55	263
%	10,6	12,9	9,5	15,2	12,5	9,1	9,1	20,9	7,7
GT7	3	7	3	6	6	3	8	28	64
%	4,7	10,9	4,7	9,4	9,4	4,7	12,5	43,8	1,9
GT8	6	9	18	13	6		17		69
%	8,7	13,0	26,1	18,8	8,7	0,0	24,6	0,0	2,0
GT9	20	29	30	37	27	14	23	25	205
%	9,8	14,1	14,6	18,0	13,2	6,8	11,2	12,2	6,0
GT10	6	17	18	31	12	16	17	52	169
%	3,6	10,1	10,7	18,3	7,1	9,5	10,1	30,8	5,0
GT11	15	39	26	53	30	17	26	54	260
%	5,8	15,0	10,0	20,4	11,5	6,5	10,0	20,8	7,7
GT12	10	9	39	46	32	19	15	25	195
%	5,1	4,6	20,0	23,6	16,4	9,7	7,7	12,8	5,7
GT13	23	20	11	24	27	8	23	26	162
%	14,2	12,3	6,8	14,8	16,7	4,9	14,2	16,0	4,8
GT14	26	19	11	21	14	13	17	58	179
%	14,5	10,6	6,1	11,7	7,8	7,3	9,5	32,4	5,3
GT15	21	14	24	24	18	16	24	29	170
%	12,4	8,2	14,1	14,1	10,6	9,4	14,1	17,1	5,0
GT16	22	16	19	17	12	5			91
%	24,2	17,6	20,9	18,7	13,2	5,5	0,0	0,0	2,7
GT17	8	35	22	21	24	11	16	36	173
%	4,6	20,2	12,7	12,1	13,9	6,4	9,2	20,8	5,1
GT18			13	27	34	38	25		137
%	0,0	0,0	9,5	19,7	24,8	27,7	18,2	0,0	4,0
GT19			4	8	13	7	21	42	95
%	0,0	0,0	4,2	8,4	13,7	7,4	22,1	44,2	2,8
GT20			31	48	26	15	24	63	207
%	0,0	0,0	15,0	23,2	12,6	7,2	11,6	30,4	6,1
GT21				14	13	7	19		53
%	0,0	0,0	0,0	26,4	24,5	13,2	35,8	0,0	1,6
Total por año	254	374	406	580	424	274	411	671	3.394
Total por año %	7,5	11,0	12,0	17,1	12,5	8,1	12,1	19,8	100,0

Fuente: elaboración propia (2013) a partir de base de datos de Alaic y León (2006), con la asesoría del Soc./Mgs. Juan Ernesto Velázquez de la UCV. Nota: 0,0 = dato no registrado

minante tal como lo fue en las décadas de los 60, 70 y 80.

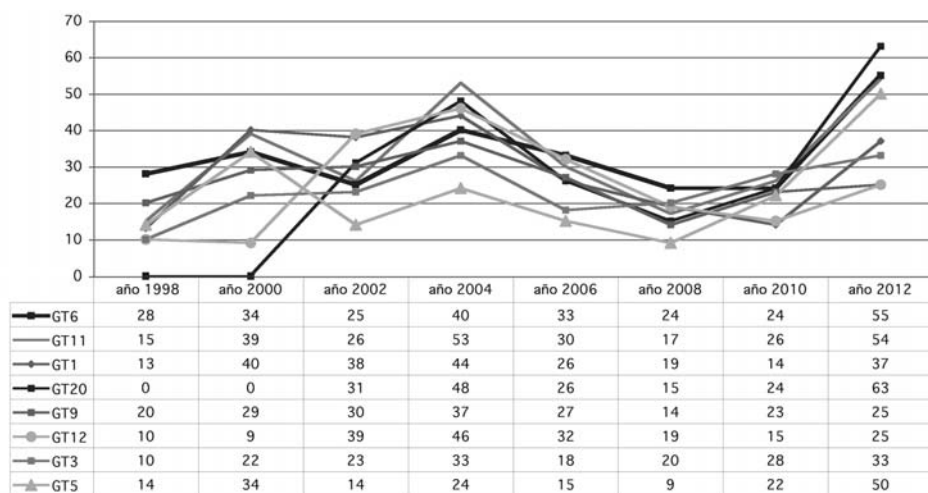
Convenimos con Luis Ramiro Beltrán que la investigación en comunicación en la región:

(...) ha seguido las orientaciones (...) establecidas por los investigadores en Europa y Estados Unidos (...) algunos estudios han enfatizado la comprensión conceptual por encima de la producción de evidencias empíricas, mientras que

otros estudios han hecho exactamente lo opuesto. (Beltrán c.p. Fuentes, 1999:53).

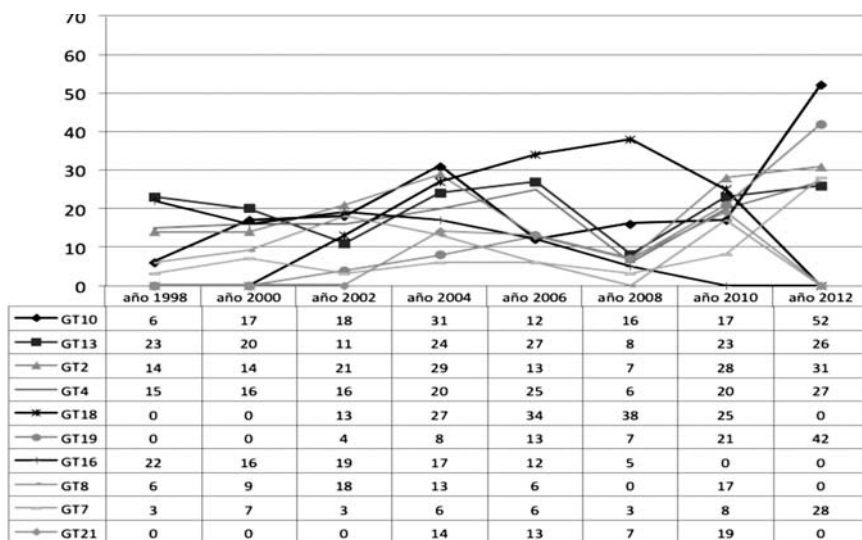
En esta línea de pensamiento, Aguirre y Bisbal señalan en *La ideología como mensaje y masaje* (1981), que en la década del 70 se plantea una ruptura epistemológica con el funcionalismo a partir del desarrollo prolífico de nuevas propuestas de investigación provenientes del estructuralismo francés, con el fin de indagar acerca de la estructura política y económica

GRÁFICO 1. RANKING DE LOS 10 PRIMEROS (GT). PERÍODO: 1998-2012



Fuente: elaboración propia (2013) a partir de base de datos de Alaic y León (2006), con la asesoría del Soc./Mgs. Juan Ernesto Velázquez de la UCV. Nota: GT=grupo de trabajo de Alaic. Nota: 00 = dato no registrado.

GRÁFICO 2. RANKING DE LOS 10 RESTANTES (GT). PERÍODO: 1998-2012



Fuente: elaboración propia (2013) a partir de base de datos de Alaic y León (2006), con la asesoría del Soc./Mgs. Juan Ernesto Velázquez de la UCV. Nota: GT=grupo de trabajo de Alaic. Nota: 00 = dato no registrado

de los medios masivos y de los mensajes entendidos como sistemas ideológicos que reproducen el sistema social dominante capitalista.

Según estas opiniones lo que ha ocurrido, hasta los momentos, son desplazamientos teóricos hacia vertientes del conocimiento de orden crítico y, en consecuencia, una ruptura epistemológica con la Mass Communication Research y todos aquellos estudios sustentados en el funcionalismo sociológico de Harold Lasswell y en la psicología conductista-experimental de la Escuela de Hovland.

Partiendo de estos antecedentes, a continuación definiremos los GT que hoy en

día vigorizan una serie de debates en torno a la investigación en comunicación: (Véase cuadro 4 y gráfico 1 y 2) 4.

■ **Estudios sobre periodismo (GT-6):** reflexiona sobre el mensaje periodístico y su relación con los procesos de producción, circulación y consumo. Esta línea de estudio contempla: diferenciación entre el periodismo independiente y el militante; perfil profesional del periodista; formación académica en periodismo; deontología y periodismo; análisis de medios informativos; influencia de las tecnologías en el quehacer periodístico; acceso y participación en medios masivos; periodismo ciudad-

dano; literatura, periodismo y análisis social; periodismo de investigación; sondeos de opinión pública.

■ **Discurso y comunicación (GT-11):** examina la estructura y los usos del lenguaje en los procesos de comunicación vinculados con los medios masivos, las mediaciones tecnológicas, la comunicación interpersonal y las prácticas culturales. También se analiza, desde lo epistemológico y metodológico, la producción científica y académica relacionada con los estudios del discurso y los estudios semióticos.

■ **Teoría y metodología de la investigación en comunicación (GT-17):** analiza la producción del conocimiento en el campo de la comunicación desde fundamentos teóricos y epistemológicos de la interdisciplinariedad. Se discuten temas como: producción del conocimiento en el campo de la comunicación, proceso de investigación en comunicación, metodologías cuantitativas y cualitativas aplicadas al campo de la comunicación, reflexión crítica sobre las teorías de la comunicación y etnografía de la comunicación.

■ **Historia de la comunicación (GT-14):** estudia estos asuntos: metodologías que se aplican a la historia de los medios, propuestas historiográficas especializadas, didáctica de la historia de la información y tecnologías digitales, biografías de comunicadores, técnicas de análisis bibliográfico.

■ **Ética, libertad de expresión y derecho a la información (GT-7):** examina el derecho de la comunicación en la esfera de la producción, circulación y recepción de la información, así como las decisiones de carácter ético y deontológico por parte de los medios del Estado y el sector privado. Se indagan procesos de auto-regulación, co-regulación y regulación de los medios de comunicación.

■ **Comunicación política y medios (GT-3):** discierne, de manera crítica, sobre las relaciones entre Estado y sector privado de las telecomunicaciones; las relaciones entre Estado, partidos políticos y medios masivos; las políticas públicas de la comunicación; el derecho a la comunicación y la información; las condiciones sociopolíticas de recepción de los medios; el enfoque inter-

disciplinario entre el campo de la comunicación y la ciencia política.

- En los congresos celebrados por la Alaic, *Estudios sobre periodismo* ha consignado 263 ponencias (7,7%), *Discurso y comunicación*: 260 (7,7%), *Comunicación política y medios*: 187 (5,5%), *Historia de la comunicación*: 179 (5,3%), *Teoría y metodología de la investigación en comunicación*: 173 (5,1%), *Ética, libertad de expresión y derecho a la información*: 64 (1,9%).

7. Salud, economía política y ciudad

Los grupos de trabajo de la Alaic están prestándole mayor atención a estos temas de estudio (Véase cuadro 4 y gráfico 2):

- *Comunicación y salud* (GT-10): examina enfoques teórico-metodológicos de esta interdisciplina; además, aborda: “(...) actores de la comunicación y la salud; comunicación, salud y ciudadanía; medios de comunicación y salud; comunicación interpersonal e intercultural en el contexto de la salud; comunicación y modelos de salud; nuevas tecnologías y configuraciones sociales”⁵. *Comunicación y Salud* se perfila como uno de los grupos de trabajo, que ha ido cobrando notable presencia en los estudios en comunicación.
- *Comunicación y ciudad* (GT-29): investiga las interacciones existentes entre los procesos intersubjetivos de producción de sentido y la cultura urbana. Esta línea de trabajo propone: a) modalidades de pensar, valorar y participar en la ciudad desde mediaciones sociales, identitarias y videotecnológicas; b) la ciudad como lugar político, antropológico, cotidiano y simbólico; c) la ciudad como relato; historia y cultura urbana; d) la ciudad como proceso de transformación y e) la ciudad imaginada, narrada y representada.
- *Economía política de las comunicaciones* (GT-4): estudia las relaciones de poder que se constituyen en la cadena de producción, distribución y consumo de recursos, incluyendo los recursos materiales y simbólicos de los medios de comunicación. Este grupo de trabajo comprende una serie de tópicos: a) características de las relaciones sociales que configuran las áreas económicas, políticas y culturales; b) vinculación entre poder y riqueza; c) poder



Es evidente que el tema de la salud es un asunto prioritario para la región y el mundo; de modo que el campo de la comunicación se está vinculando interdisciplinariamente con las ciencias de la salud para promover el bienestar físico y psicosocial de los individuos

y medios de comunicación, información y entretenimiento; d) epistemología crítica; e) diagnóstico de las empresas, gobiernos, de los responsables de la producción, distribución e intercambio de productos comerciables de comunicación; y f) regulación del mercado de comunicación, economía política, audiencias y medios.

- En los congresos celebrados por Alaic, *Comunicación y salud* presentó 169 ponencias (5,0%); *Comunicación y ciudad*: 157 (4,6%) y *Economía política de las comunicaciones*: 145 (4,3%). Es evidente que el tema de la salud es un asunto prioritario para la región y el mundo; de modo que el campo de la comunicación se está vinculando interdisciplinariamente con las ciencias de la salud para promover el bienestar físico y psicosocial de los individuos.

III. Venezuela comunicacional: siglo XXI

En el caso concreto de Venezuela, el equipo de la revista *Comunicación*, en su edición N° 107 del año 1999, recomienda un elenco de temas que deberían abordarse en el presente siglo. En esta orientación retomamos, en términos muy generales, la opinión de los investigadores José Ignacio Rey, Agrivalca Canelón, Jesús María Aguirre, Gustavo Hernández Díaz y Marcelino Bisbal.

José Ignacio Rey señala que es necesario investigar lo concerniente a las tecnologías mediáticas, esto es, lo estrictamente profesional y su impacto en lo so-

cial y humano. Por otra parte, también es imprescindible estudiar la industria publicitaria y lo alternativo comunicacional en todas sus dimensiones: económica, política, académica y cultural. Agrega (Ibíd: 4): “(...) es la propia industria publicitaria la que financia y desarrolla hoy los ambiciosos proyectos de investigación, exclusivamente orientados al marketing.”

Agrivalca Canelón plantea temas prioritarios:

- 1) Comprender la comunicación como un todo complejo que amerita la presencia de múltiples disciplinas de las ciencias sociales y otros campos del saber como la ingeniería y la informática.
- 2) Las implicaciones de las nuevas tecnologías de la comunicación en la dinámica de los procesos culturales.
- 3) Replantear el rol del comunicador en la sociedad combinando sus competencias profesionales con conocimientos innovadores en el área de la administración/gerencia.
- 4) Profundizar en lo metodológico, superando el paradigma positivista y las críticas fervientes sobre los vicios de la cultura masiva.
- 5) Examinar lo público y lo privado en el ámbito de lo massmediático.
- 6) La relación entre el Estado y los sectores de la comunicación.
- 7) Indagar las experiencias alternativas de comunicación.

Jesús María Aguirre sugiere estos temas:

- 1) Las NTIC a partir de sus aspectos tecnológicos, económicos, jurídicos, políticos, éticos y socio-culturales.
- 2) Epistemología de la comunicación desde los aportes teóricos de Luhmann, Giddens, Castells, entre otros autores.
- 3) Metodología cualitativa y técnica de análisis (semiótica del discurso, historia de vida).
- 4) Comunicaciones en las empresas y la publicidad.

Gustavo Hernández Díaz propone:

- 1) Economía de las telecomunicaciones.
- 2) Educación para la comunicación.
- 3) Salud y comunicación.
- 4) Comunicación alternativa.
- 5) Consumo cultural.
- 6) Metodología de la investigación.

Marcelino Bisbal recomienda estos tópicos primordiales:

- 1) La telenovela como expresión cultural latinoamericana.

- 2) Globalización, regionalización y fragmentación comunicacional en la cultura masiva.
- 3) Políticas culturales-comunicacionales en los procesos de integración regional.
- 4) Consumo cultural masivo de los grandes medios.

De igual forma nos parece importante considerar algunos indicadores que nos suministra el valioso trabajo de Jesús María Aguirre, intitulado: *Investigación venezolana sobre comunicación y cultura de masas. Panorama bibliográfico: 1994-2007*. Diagnóstico muy útil porque nos permite confirmar y/o conocer otras tendencias que se perfilan, hoy en día, en los estudios de comunicación y que pasamos a exponer a continuación:

1. La mayor parte de la producción temática se ubica en la categoría *manuales profesionales* y, en segundo lugar, *historia y crónica de los medios*.
2. Interés por los estudios culturales de corte etnográfico y antropológico.
3. Análisis de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y el impacto de Internet en las formas de producción y expresión.
4. Análisis de las mediaciones y educocomunicación.
5. El auge de los estudios de economía de la cultura y del consumo cultural.
6. Estudios sobre perfiles profesionales y mercado laboral.
7. Análisis de la comunicación publicitaria y organizacional.

Estos serían, grosso modo, los actuales retos temáticos, teóricos y epistemológicos que debería asumir la comunidad científica venezolana, que coincide con lo planteado por el equipo de *Comunicación*, del Centro Gumilla, en 1999.

IV. Perspectivas

Sin ánimo de anclar en especulaciones futurológicas, estos son algunos escenarios que se prevén en este campo de estudio:

1. *Epistemología*. En los últimos congresos de la Alaic se viene constatando la imperiosa necesidad de estudiar la epistemología crítica de la comunicación con el propósito de debatir acerca del estatuto científico de este campo del conocimiento. Se perfilan estudios sobre: a) la historia de la investigación en comunicación; b) el aparato crítico

que opera en el hecho investigativo; c) el enfoque interdisciplinario, multidisciplinario y transdisciplinario del campo de estudio; d) la búsqueda de una convergencia conceptual por la vía de una consolidación disciplinaria; e) la amalgama de enfoques teóricos que distan de explicar la realidad; f) la epistemología de la comunicación como fenómeno sociocultural, profesional y académico.

2. *Teoría*. Es otro de los temas que está cobrando importancia en este campo de estudio en el ámbito regional, para de esta forma afrontar algunas falencias que priman en el hecho investigativo: desconocimiento de teorías y de paradigmas de la comunicación, imprecisión conceptual producto de la memorización y de la falta de reflexión crítica, impericia para explicar desde teorías los problemas empíricos, visión muy especializada del conocimiento que impide comprender procesos integrales. Aguirre escribe que para el caso venezolano, los estudios no emplean teorías originales:

(...) sino más bien se alimentan de producciones *intelectuales adaptadas del exterior* y de préstamos recogidos con cierto eclecticismo, que son *reelaborados críticamente bajo la óptica regional* y a la vez aplicadas al contexto venezolano. (2011:56, cursivas nuestras).

3. *Metodología*. Se estiman trabajos que examinen el protocolo de investigación en comunicación, atendiendo a los niveles de construcción del objeto de estudio. Estos niveles son: deontológico, líneas de investigación, paradigmas, teorías, métodos y técnicas. La importancia del protocolo para la comunidad científica es evidente ya que explicita lo concerniente a la planificación de la investigación y la producción de conocimientos bajo la modalidad de discursos científicos (proyectos, trabajos especiales de grado, artículos científicos, entre otros).

4. *Campos inexplorados*. Se proyectan abordajes que derivan de la psicolingüística y de la neurociencia; de la inteligencia artificial y de la nanotecnología; de la informática, ingeniería de sistemas y ciencias gerenciales (Pineda, 2006). Agregaría, además, otros temas de interés que, gradualmente, están desarrollándose en nuestro país:

la relación entre educocomunicación y mediaciones sociales, la antropología de la comunicación desde la mediología pragmática y la ciencia cognitiva, la búsqueda de una epistemología de una comunicación organizacional, los estudios de economía y política cultural, la economía de la cultura y de la creación, por citar algunos.

5. *Temas de debate*. Se prevé estudios sobre el estatuto epistemológico y las vertientes metodológicas del campo de la comunicación, a partir de asuntos prioritarios: a) relativismo teórico (Vidales, 2011); b) consenso teórico o de univocidad terminológica (Pasquali, 2007; Aguirre, 2011); c) precisión epistemológica sobre la historia de la investigación en comunicación y sus aspectos teóricos y metodológicos (Pineda, 2006, Vassallo, 1999); d) configuración interdisciplinaria y transdisciplinaria del campo comunicacional (Rizo, 2004); e) vinculación entre etnografía y mediaciones sociales (Orozco, 1997, 2001); f) interrelaciones entre investigación empírica, básica y aplicada y entre docentes de escuelas, profesionales y gerentes de medios (Sánchez, 2002). Aspectos que no dejan de ser polémicos, según perspectivas asumidas, que avivan el debate epistemológico y que evitan la instrumentalización conceptual de este campo del saber.

Conclusiones

Uno: no se puede afirmar, a ciencia cierta, que la investigación en comunicación en la región está generando teorías inéditas a partir de la influencia de autores fundamentales del pensamiento latinoamericano de la comunicación; ello merecería examinar un volumen importante de ponencias, trabajos de ascenso, de maestría y tesis doctorales, que escapan de los objetivos de este estudio. Que las teorías sean regionales, europeas, norteamericanas o de cualquier lugar del planeta pasa a ser secundario, si no se tiene conciencia de que el alcance deontológico y pedagógico de cualquier teoría debe cumplir con el propósito de *hacer saber* al investigador sobre la realidad que lo abraza. Serrano expresa esta idea de manera ejemplar: "El científico está interesado en hacer saber. Crea y enseña conocimiento para que quienes lo utilicen amplíen su autonomía." (2011:76)

Dos: los temas planteados en el campo de la comunicación se distancian de enfoques positivistas y de críticas que se centran exclusivamente en los medios. Se considera la tradición antropológica y sociológica, sobre la base de métodos ideográficos y técnicas cualitativas, para comprender la producción social del sentido desde las mismas prácticas sociales. Un caso que ilustra lo anterior es un estudio sobre las revistas de comunicación en Internet (2004). Reporta que las investigaciones en comunicación en América Latina utilizan en mayor proporción técnicas cualitativas (42%), así como la combinación de técnicas cuantitativas y cuantitativas (39%); y en menor medida se emplean instrumentos cuantitativos (19%). La mirada cualitativa en comunicación cobra fuerza en la década de los noventa a través de los estudios culturales, la semiótica pragmática y el análisis del discurso, con el propósito de estudiar el texto mediático en el entramado de mediaciones sociales y videotecnológicas. Esto era impensable en la década de los 70 y 80, toda vez que el método hipotético deductivo y la aplicación de encuestas, además de otros instrumentos de medición experimental, monopolizaba los protocolos de investigación en función del mercado, la efectología y la opinión pública.

Tres: los estudios en comunicación tienden hacia la recepción, las nuevas tecnologías, las mediaciones culturales, la comunicación organizacional, la sociología de las profesiones, la educomunicación, la epistemología de las comunicaciones, teorías y metodología, estudios sobre periodismo, análisis del discurso, estudios culturales, historia de la comunicación y comunicación política y medios; temas que ya se habían formulado en décadas anteriores, pero que, hoy en día, se replantean y enriquecen con el fenómeno de la globalización, la epistemología de la complejidad y el impacto de las tecnologías en la vida cotidiana.

Cuatro: no pretendimos en ningún momento evaluar los temas-objetos de la investigación en comunicación que predominan en la región y concretamente en Venezuela. Es un trabajo arduo y difícil porque requiere precisar criterios evaluativos, esto es, desde qué modelo epistémico se examinan los trabajos de investigación científica, artículos y ensayos. En fin, hay que considerar una serie de factores de orden académico, sociocultural y contextual para juzgar la relevancia de los productos y los resultados investigativos. En todo caso, resulta significativo em-

prender estudios periódicos sobre tendencias y perspectivas del campo comunicacional. Asunto prioritario que debería asumir la Alaic en sus congresos para generar políticas regionales de investigación en comunicación y cultura.

GUSTAVO HERNÁNDEZ DIAZ

Profesor Titular del Instituto de Investigaciones (Ininco) de la UCV. Doctor en Ciencias Sociales en la UCV. Miembro de la revista Comunicación.

Referencias

- AGUIRRE, Jesús María (2011): "Prácticas teóricas de comunicación en Venezuela". En: revista *Comunicación* N° 155. Caracas: Centro Gumilla.
- (2007): "Investigación venezolana sobre Comunicación y cultura de masas. Panorama bibliográfico: 1994-2007". En: revista *Comunicación* N° 140. Caracas: Centro Gumilla.
- (1999): "Mosaico de prioridades investigativas". En: revista *Comunicación* N° 107. Caracas: Centro Gumilla.
- AGUIRRE, J. y BISBAL, M. (1981): *La ideología como mensaje y masaje*. Caracas: Monte Ávila Editores.
- FUENTES NAVARRO, Raúl (1999): "La investigación de la comunicación en América Latina: condiciones y perspectivas para el siglo XXI". En: Revista *Diálogos*, N°56. Perú: Felafacs.
- LEÓN, Gustavo (2012): "El papel de la Ciespal en el proceso de institucionalización de los estudios de Comunicación en América Latina". En: revista *MHCJ*, N° 3. México: Universidad de Sonora.
- (2006): *Sobre la institucionalización del campo académico de la comunicación en América Latina: una aproximación a las características estructurales de la investigación latinoamericana en comunicación*. Barcelona, Universidad Autónoma de Barcelona, tesis doctoral, reprografía.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús (1999): "¿Para dónde va nuestra investigación? Comunicación fin de siglo". En: revista *Comunicación* N° 107. Caracas: Centro Gumilla.
- MELLADO, Claudia (2010): "Reflexiones sobre la oferta académica, la situación laboral y la formación del periodista en Latinoamérica". En: *Revista de Ciencias Sociales*, Vol.16, N-1, Maracaibo: Faces-LUZ.
- ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA (2009): *Informe final del proyecto: Mapa de los centros y programas de formación en Comunicación y Periodismo en América Latina y el Caribe*. Lima: autor.
- OROZCO GÓMEZ, Guillermo (2001): *Televisión, audiencias y educación*. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma.
- (1997): *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*. México: Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario.

- PASQUALI, Antonio (2007): *Comprender la comunicación*. España: Gedisa.
- PERERA, Vanina (2004): *Temario, diálogos y desencuentros hispanoamericanos: una mirada crítica sobre las revistas de comunicación en Internet*. Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, (reprografía).
- PINEDA, Migdalia (2006): "La investigación de la comunicación en América Latina: evaluación del estado de la cuestión". En: *Opción*, N°50. Venezuela: Universidad del Zulia.
- REY, CANELÓN, AGUIRRE, HERNÁNDEZ Y BISBAL (1999): "Mosaico de prioridades investigativas". En: revista *Comunicación* N° 107. Caracas: Centro Gumilla.
- RIZO, Marta (2012): "Las teorías de la comunicación en la construcción del campo académico de la comunicación: apuntes históricos, reflexiones epistemológicas y retos pedagógicos". México, Universidad Autónoma de México, en: http://alaic2012.comunicacion.edu.uy/sites/default/files/gt9_rizo_marta.pdf
- SÁNCHEZ RUIZ, Enrique (2002): "La investigación latinoamericana de la comunicación y su entorno social: notas para una agenda". En *Revista Diálogos*, N°64. Perú: Felafacs.
- SERRANO, Manuel Martín (2011): "¿Para qué sirve estudiar teoría de la comunicación?". En: revista *Comunicación* N° 155. Caracas: Centro Gumilla.
- VASALLO DE LOPES, María (1999): "La investigación de la comunicación: cuestiones epistemológicas, teóricas y metodológicas". En revista *Diálogos de la Comunicación*, N° 56. Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social.
- VIDALES, Carlos (2011): "El relativismo teórico en comunicación. Entre la comunicación como principio explicativo y la comunicación como disciplina práctica". En: *Comunicación y Sociedad*, N°16. México: Universidad de Guadalajara.

Notas

- Véase portal a Alaic: <http://www.eca.usp.br/associa/alaic/boletin1/boletin1gtGustavo.htm>; con acceso: 26-1-2013.
- Véase: <http://comunicacion.uniminuto.edu/index.php/alaic-asociacion-latinoamericana-de-investigadores-de-comunicacion> con acceso: 5-2-2013. (Transcripción literal).
- Véase portal de Alaic-2012: <http://alaic2012.comunicacion.edu.uy/ejes> con acceso: 6-2-2013. Nota: la definición de estos GT se ha complementado con fuentes bibliográficas provenientes de la teoría de la comunicación.
- Véase portal de Alaic-2012: <http://alaic2012.comunicacion.edu.uy/ejes> con acceso: 6-2-2013. Nota: la definición de estos GT se ha complementado con fuentes bibliográficas provenientes de la teoría de la comunicación.
- Véase portal de Alaic-2012: <http://alaic2012.comunicacion.edu.uy/ejes> con acceso: 6-2-2013. Nota: la definición de estos GT se ha complementado con fuentes bibliográficas provenientes de la teoría de la comunicación.