



Galería de Papel. (In) Visibilis. Octavio Russo (2024).

ABSTRACT

This study examines the trends and perspectives of communication research in Latin America, based on the biannual congresses held by the Latin American Association of Communication Researchers (Alaic), in the period 1998-2022.

La investigación en comunicación en América Latina durante el periodo 1998-2022

EDIXELA BURGOS • GUSTAVO HERNÁNDEZ DÍAZ

El estudio que ofrece examina 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 periodo 1998-2022.

INTRODUCCIÓN

La Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (Alaic) fue creada en noviembre de 1978 por un grupo de destacados investigadores comprometidos con el desarrollo ético-crítico del campo de la comunicación. Su objetivo principal es fortalecer la democracia en la región y promover la implementación de políticas públicas en el sector comunicacional.

Entre los miembros fundadores de Alaic se encuentran Elizabeth Safar, Antonio Pasquali, Luis Aníbal Gómez, Oswaldo Capriles, Alejandro Alfonso, Patricia Anzola, Jesús Martín Barbero, Rafael Roncagliolo y José Marques de Melo, entre otros. En su momento, Luis Aníbal Gómez (Venezuela, 1978-1979) fue el primer presidente de esta organización, seguido por Oswaldo Capriles (Venezuela, 1983-1984). Ambos fueron directores del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (Ininco) de la Universidad Central de Venezuela (UCV).

La Alaic ha desempeñado un papel fundamental en el avance de la investigación y el intercambio académico en el campo de la comunicación en América Latina. A lo largo de los años, ha promovido la realización de congresos, publicaciones y proyectos de investigación que han contribuido al desarrollo de la disciplina en la región.

HALLAZGOS DE ALAIC: 2012-2022

En este trabajo se presentan los hallazgos principales de los estudios realizados por Hernández (2013) y Burgos y Hernández (2021) sobre 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 periodo 1998-2022. Es importante destacar que la falta de información reportada por la asociación para el año 2020 puede atribuirse a la presencia de la pandemia, lo cual pudo haber afectado la reco-

ESTUDIOS

pilación de datos. Sin embargo, a pesar de esta limitación, hemos podido acceder a la información suministrada por esta asociación que corresponde al congreso realizado en 2022. Veamos, enseguida, cuáles fueron estos hallazgos que podemos acompañar con la lectura del Gráfico 1 al final de este trabajo.

La Alaic ha desempeñado un papel fundamental en el avance de la investigación y el intercambio académico en el campo de la comunicación en América Latina. A lo largo de los años, ha promovido la realización de congresos, publicaciones y proyectos de investigación que han contribuido al desarrollo de la disciplina en la región.

PROFESIONALIZACIÓN

En América Latina, los estudios de comunicación están evolucionando para satisfacer las demandas de un mercado laboral en constante cambio. Las escuelas de comunicación ofrecen programas que preparan a los estudiantes para trabajar en una variedad de campos, desde los medios de comunicación tradicionales hasta las redes sociales. Se constata con preocupación el predominio de la razón instrumental en los pénsus de estudios en detrimento del pensamiento crítico y de la capacidad de analizar y evaluar desde diferentes perspectivas. Se impone el techno-entusiasmo abusivo que refuerza una sociedad-red sin capacidad crítica, susceptible a que sea manipulada por la vía de la desinformación, la aceptación de estereotipos y de creencias dominantes sin fundamento humanístico. Esta tendencia es dominante en el mundo, promoviendo el mercado de las ideas en detrimento de la construcción humanística de la sociedad. Por lo tanto, es vital defender la tesis de Serrano (2011) cuando se pregunta ¿para qué estudiar comunicación?, en el entendido de que hay que priorizar el pensamiento crítico-propositivo ante modas teóricas y prácticas profesionales dirigidas a persuadir y controlar; por lo tanto, en esta orientación, este pensador afirma:

El científico está interesado en hacer saber. Crea y enseña conocimiento para que quienes lo utilicen amplíen su autonomía. En cambio, el controlador está interesado en hacer hacer. En este caso, al alumnado se le ofrece conocimiento científico, en la medida en que sirva para dirigir el comportamiento de las personas hacia el objetivo que el profesional de la comunicación tenga encomendado. (p.76)

INSTITUCIONALIZACIÓN

Martín Barbero (1992) sostiene que en los últimos años ha habido una institucionalización del campo de la comunicación en América Latina que ha tenido efectos notorios y contradictorios. Esto ha llevado a cambios cualitativos que influyen en el quehacer investigativo y en la aparición de nuevas tensiones de carácter ético y epistemológico entre la investigación académica y el mercado. No obstante, se han producido avances significativos, como el aumento en el número de investigaciones, la formación de comunidades científicas, la apertura de convenios y la presencia internacional de instituciones académicas. Desde nuestro punto de vista esta apreciación sigue vigente pero con una tendencia marcada hacia el uso de las tecnologías en el mundo del periodismo, con énfasis en propagar el *régimen de la información* que consiste en explotar información y datos para ganar la atención del usuario-consumidor. Han (2022), con toda razón afirmará que este tipo de régimen es una forma de dominio "... en que la información y su procesamiento mediante algoritmos e inteligencia artificial determinan de modo decisivo los procesos sociales, económicos y políticos." (p.9).

COMUNIDAD CIENTÍFICA

La comunidad científica de la Alaic visibiliza y fomenta la investigación en Ciencias de la Comunicación, preserva el legado teórico y representa diversos enfoques epistemológicos de las ciencias sociales y humanas. Estos enfoques han sido objeto de discusión institucional desde la década de los 70, específicamente 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. En este seminario se señaló la importancia de repensar la comunicación desde un marco conceptual concebido dentro de la región, que sea autónomo, crítico y creativo y que explique con veracidad nuestra realidad. Se requiere que las escuelas y posgrados motiven la investigación en comunicación a fin de que se conozca el legado teórico, metodológico y epistemológico de esta disciplina. ¿Qué sentido tienen los programas de posgrado si desde las escuelas de comunicación no se motiva a la investigación? ¿Cómo exigir a los estudiantes que profundicen en un área específica si no están habituados a pensar la comunicación? Si las escuelas de comunicación no fomentan la investigación, los programas de posgrado pierden su valor y relevancia social. Recordemos que la investigación debe promover la generación de nuevo conocimiento y debe también estimular a los estudiantes a cuestionar y buscar respuestas a los desafíos y problemas que enfrentamos en la sociedad.

MEDIOS, MEDIACIONES Y PROSUMIDORES

La producción académica de la Alaic en el siglo XXI ha explorado temas que se plantearon en la década de los 90. Desde entonces hasta el año 2022 se ha observado una tendencia a analizar las siguientes líneas de investigación, sin orden jerárquico:

- Recepción mediática entendida en su contexto social.
- Interdisciplinariedad entre educación y comunicación.
- Hibridación antropológica de los estudios culturales.
- Comunicación alternativa en el ámbito de las redes digitales y la globalización.
- La influencia de las tecnologías en las mediaciones sociales y cognitivas.
- Comunicación y estudios socioculturales.
- Comunicación intercultural y folkcomunicación.

- Comunicación popular, comunitaria y ciudadanía.
- Comunicación y ciudad.
- Discurso y comunicación.
- Comunicación para el cambio social.
- Estudios sobre periodismo.
- Comunicación organizacional y relaciones públicas.
- Comunicación publicitaria.
- Ética, libertad de expresión y derecho a la comunicación.
- Comunicación digital, redes y procesos.
- Comunicación y educación.
- Comunicación política y medios.

Estas líneas de investigación ofrecen perspectivas para comprender los medios y las industrias culturales. Los medios no solo median la realidad. También es necesario examinar las diferentes fuentes mediadoras (familia, escuela, grupos de amigos, videotecnologías) que influyen en el modo de percibir los medios y la cotidianidad, en el ámbito global como local.

La comunidad científica de la Alaic visibiliza y fomenta la investigación en Ciencias de la Comunicación, preserva el legado teórico y representa diversos enfoques epistemológicos de las ciencias sociales y humanas.

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 la comunicación, entre tecnología y desarrollo.

El estudio del *prosumidor* abarca el uso y la apropiación cultural en entornos virtuales, identidades y ciudadanías, educación digital, gobierno electrónico y ciberactivismo social y político. Cuando hablamos de prosumidor nos estamos refiriendo a las capacidades resemantizadoras de los cibernautas (migrantes y/o nativos digitales), en comunidades de interin-

ESTUDIOS

fluencias (WassApp, Twitter, Facebook, Instagram, videojuegos *online*).

La transmedia y la decolonialidad son temas fundamentales que han sido reiterados en Alaic en estos últimos congresos. Las *narrativas transmedia*, tanto en su formato informativo como ficcional, deben tener en cuenta los principios democráticos que se centran en la ciudadanía, el respeto, la autonomía de pensamiento, la cultura de los prosumidores, el acceso a la información y la participación legítima en los asuntos públicos. Es fundamental tanto consumir los medios como aprender a producir contenido como parte esencial del proceso de globalización cultural. Y la *Comunicación decolonial* (Torrico, 2018), cuestiona las formas tradicionales de comunicación. Incorpora elementos de la crítica utópica latinoamericana y aporta nuevos elementos que trascienden las problemáticas tradicionales asociadas con los efectos y funciones de los medios, la ideología dominante, la industria cultural y la comunicación popular alternativa.

La historia de la comunicación no ha recibido la misma atención en los últimos tres congresos de Alaic como lo hizo en el periodo 1998-2012. Es importante destacar que la falta de conocimiento sobre la historia de los medios y del campo científico de la comunicación nos impide realizar un análisis completo de los fenómenos sociales. Sin tener en cuenta la historia, nuestra perspectiva siempre estará sesgada, limitada a la coyuntura actual y poco precisa. Ignorar el pasado, las causas, y no abordar el “por qué” de una situación no es más que dejarnos llevar por el presente inmediato, por lo que se conoce como “presentismo”, que solo describe superficialmente las circunstancias sin ningún vínculo con el pasado.

COMUNICACIÓN DIGITAL Y EDUCACIÓN

Las líneas de trabajo de Comunicación digital y Comunicación y educación son destacadas en los congresos de Alaic 2014-2016. Es lógico que esto ocurra de esta manera, ya que son campos de estudio que se complementan entre sí para facilitar el análisis de las mediaciones culturales y

tecnológicas en el ámbito pedagógico. En esta orientación, es importante resaltar que:

- 1.- Educar en Internet y en medios masivos es reforzar valores democráticos.
- 2.- Educar es contrastar informaciones en línea y mensajes audiovisuales con otros puntos de vista.
- 3.- Las tecnologías no son la panacea de la educación, hay que saber por qué, cómo y para qué se van a utilizar.
- 4.- Las tecnologías pueden coadyuvar en el aprendizaje colaborativo y la inteligencia colectiva.
- 5.- Claves de una pedagogía digital: ciudadanía, democracia, comunicación pública, autonomía, acceso y participación.
- 6.- Una escuela educa si potencia el trabajo del docente en el aula para que medie entre Internet, medios y los alumnos. (Hernández D, 2018: p.10)

VIGENCIA DE TEMAS CLÁSICOS DE LA COMUNICACIÓN Y NECESIDAD DE RECONOCER A LOS PROSUMIDORES

Los temas tradicionales de las Ciencias de la Comunicación de la década de los setenta del siglo XX siguen siendo relevantes en los últimos tres congresos de Alaic. Estos temas incluyen estudios sobre periodismo, discurso y comunicación, comunicación y estudios socioculturales, comunicación y educación, comunicación organizacional, comunicación política y medios. Sin embargo, es importante destacar que la línea de Estudio de recepción de las audiencias y prosumidores no se encuentra entre los grupos temáticos de interés en los congresos recientes. Es crucial entender a las audiencias de los medios, los prosumidores de las redes sociales y los cyberlectores para poder desarrollar pedagogías mediáticas y digitales, así como políticas públicas en los campos de la educación, la cultura y la comunicación.

RANKING DE LOS DIEZ PRIMEROS GRUPOS DE TRABAJO DE ALAIC

En el Gráfico 1 se pueden observar los diez grupos de trabajo de la Alaic en los que se presentaron la mayor cantidad de ponencias durante el periodo 1998-2022:

1. *Estudios sobre periodismo*: 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 ciudadano; literatura, periodismo y análisis social; periodismo de investigación; sondeos de opinión pública.
2. *Discurso y comunicación*: 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.
3. *Comunicación digital, redes y procesos*: aborda cómo la comunicación digital se ha constituido en el centro de las sociedades contemporáneas. Bajo esta perspectiva se abordan los siguientes temas: ciberperiodismo y cibercultura; usabilidad/accesibilidad; arquitectura de la información; transformación digital de las organizaciones; cibercultura y culturas juveniles; redes y algoritmos; periodismo de datos; nuevos hábitos informativos de las audiencias; cultura del *software* y las aplicaciones; medios experimentales; interactividad y convergencia de medios; radio y TV digital; narrativas digitales; estética e imagen digital; comunidades y redes virtuales; colaboración en la red; historia de Internet.
4. *Comunicación y educación*: si bien la vinculación entre los campos comunicación y educación es antigua, la tendencia en los últimos años se ha centrado en el análisis de los desarrollos tecnológicos y sus aportaciones en el ámbito de la educación. No obstante, en este grupo de trabajo se pretende desarrollar una

reflexión más amplia que incorpore no solo los sistemas de educación presencial, sino también los programas de enseñanza a distancia. Además de estudiar el papel que cumple la comunicación en sistemas de educación formales como en los no formales.

Es crucial entender a las audiencias de los medios, los prosumidores de las redes sociales y los ciberlectores para poder desarrollar pedagogías mediáticas y digitales, así como políticas públicas en los campos de la educación, la cultura y la comunicación.

5. *Comunicación y estudios socioculturales*: se analizan los fenómenos comunicacionales desde una perspectiva sociocultural y en el contexto de la sociedad contemporánea. Verbigracia, el análisis de los medios y las industrias culturales en la configuración de los imaginarios sociales, representaciones sociales, estados mentales, discursividades y nuevas formas de relaciones sociales. También se abordan las relaciones entre comunicación, memoria, inter/multi culturalidad e historia, en la construcción de identidades regionales, locales y en los procesos migratorios.
6. *Comunicación, tecnología y desarrollo*: se asume la concepción de la comunicación como tecnología social, la cual enfatiza la relación entre comunicación y las dimensiones del desarrollo. Algunos de los enfoques que analiza este grupo temático son: enfoques socio-históricos y culturales de la difusión, circulación de informaciones e innovaciones sociales; críticas comunicacionales a las experiencias de intervención para el desarrollo; relaciones y estructuras de poder de la comunicación en el ámbito del desarrollo económico; dinámicas de participación y formación de capital social y cultural por medio de comunicación mediada; comunicación como elemento de cambio social y ambiental de un territorio; estudio de las tecnologías de información y comunicación para el desarrollo, entre otros.

ESTUDIOS

7. *Comunicación organizacional y relaciones públicas*: en este grupo la investigación tiene como finalidad el estudio sistemático de los elementos y contextos intra e interorganizacionales, así como la interacción simbólica de las organizaciones con sus públicos. Se analizan climas y culturas de comunicación, redes formales e informales, símbolos organizacionales, discursos corporativos, nuevas tecnologías y entorno interno y externo.

Es necesario abordar las deficiencias que prevalecen en la investigación, como el desconocimiento de teorías y paradigmas de la comunicación, la imprecisión conceptual debido a la memorización y la falta de reflexión crítica, y la falta de habilidad para explicar los problemas empíricos desde las teorías.

8. *Comunicación popular, comunitaria y ciudadanía*: se abordan investigaciones centradas en el contexto de los movimientos populares y sociales; sindicatos de trabajadores y ONG (organizaciones no gubernamentales). Se reflexiona sobre la diáda comunicación y cultura política para el ejercicio de la ciudadanía; las manifestaciones culturales de las clases populares, así como las imbricaciones entre la comunicación popular, comunicación masiva y comunicación global.

9. *Comunicación política y medios*: este grupo se ha centrado en el estudio de las relaciones entre las televisiones nacionales y los sistemas políticos de los diferentes países de América Latina. Además se han propuesto realizar estudios cuyos supuestos metodológicos y epistemológicos sean comunes para: investigar críticamente relaciones entre Estado, partidos y medios; desarrollo de géneros políticos-periodísticos televisivos; profundizar en las nuevas condiciones de recepción y las prácticas de ciudadanía emergentes.

10. *Comunicación publicitaria*: se aborda el análisis y la reflexión sobre la publicidad como fenómeno cultural y comunicacional. Este

grupo comprende la discusión de las siguientes líneas: la estructura de la publicidad en los países de América Latina; el mercado latinoamericano de la publicidad; la enseñanza de la publicidad; el lenguaje publicitario y el análisis del mensaje; género y publicidad; la investigación en publicidad y la investigación de mercados; la publicidad gubernamental; la publicidad social; creatividad, estrategias y campañas publicitarias; la publicidad y las nuevas tecnologías; representaciones e imágenes sociales en la publicidad; las marcas y el *marketing*.

LOS PENDIENTES DEL SIGLO XXI

Para los próximos años del siglo XXI queda pendiente el desarrollo de estos ejes temáticos que no destacan en propuestas académicas en la región, según reporte de los congresos de la Alaic, durante el periodo 1998-2022:

- *Epistemología*: en los congresos de la Alaic se ha constatado la necesidad urgente de estudiar la epistemología crítica de la comunicación para debatir sobre el estatuto científico de este campo del conocimiento. También se proyectan aportes derivados de la psicolingüística, la neurociencia, la inteligencia artificial, la nanotecnología, la informática, la ingeniería de sistemas y las ciencias gerenciales (Pineda, 2006).

- *Teoría*: es necesario abordar las deficiencias que prevalecen en la investigación, como el desconocimiento de teorías y paradigmas de la comunicación, la imprecisión conceptual debido a la memorización y la falta de reflexión crítica, y la falta de habilidad para explicar los problemas empíricos desde las teorías. Además, existe una visión muy especializada del conocimiento que dificulta la comprensión de los procesos integrales.

- *Metodología*: se necesitan trabajos que examinen el protocolo de investigación en comunicación, teniendo en cuenta los niveles de construcción del objeto de estudio, que incluyen aspectos deontológicos, líneas de investigación, paradigmas, teorías, métodos y técni-

GRÁFICO 1
TENDENCIAS DE LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN EN AMÉRICA LATINA 1998-2022

Grupo de trabajo (GT)	Denominación de los Grupos de Trabajo	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010	2012	2014	2016	2018	2022	Prom
1	Estudios sobre Periodismo	11%	9%	6%	7%	8%	9%	6%	8%	8%	9%	8%	9%	8,1%
2	Discurso y Comunicación	6%	10%	6%	9%	7%	6%	6%	8%	6%	5%	6%	10%	7,2%
3	Comunicación Digital, Redes y Procesos	-	-	3%	5%	6%	14%	6%	-	7%	9%	8%	6%	7,0%
4	Comunicación y Educación	8%	8%	7%	6%	7%	5%	6%	4%	7%	7%	8%	11%	7,0%
5	Comunicación y Estudios Socioculturales	-	-	8%	8%	6%	5%	6%	9%	7%	7%	7%	5%	6,9%
6	Comunicación, Tecnología y Desarrollo	5%	11%	9%	8%	6%	7%	3%	6%	4%	5%	4%	5%	6,1%
7	Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas	4%	2%	10%	8%	8%	7%	4%	4%	7%	7%	7%	4%	5,9%
8	Comunicación Popular, Comunitaria y Ciudadanía	8%	4%	6%	4%	4%	6%	6%	4%	7%	6%	7%	5%	5,6%
9	Comunicación Política y Medios	4%	6%	6%	6%	4%	7%	7%	5%	6%	5%	6%	3%	5,4%
10	Comunicación Publicitaria	9%	5%	3%	4%	7%	3%	6%	4%	6%	5%	5%	5%	5,1%
11	Teoría y Metodología de Investigación en Comunicación	3%	9%	5%	4%	6%	4%	4%	6%	4%	4%	4%	5%	4,9%
12	Historia de la Comunicación	10%	5%	3%	4%	3%	5%	4%	9%	4%	3%	4%	4%	4,8%
13	Comunicación y Ciudad	6%	4%	5%	5%	3%	3%	7%	5%	5%	5%	4%	6%	4,7%
14	Comunicación y Salud	2%	5%	4%	5%	3%	6%	4%	8%	4%	4%	4%	6%	4,7%
15	Estudios de Recepción	6%	9%	3%	4%	4%	3%	5%	7%	4%	3%	3%	4%	4,6%
16	Comunicación Intercultural y Folkcomunicación	2%	2%	5%	4%	5%	3%	9%	6%	6%	5%	5%	3%	4,6%
17	Telenovela y Ficción Seriada	9%	4%	5%	3%	3%	2%	-	-	-	-	-	-	4,2%
18	Economía Política de las Comunicaciones	6%	4%	4%	3%	6%	2%	5%	4%	-	3%	3%	4%	4,0%
19	Comunicación para el Cambio Social	-	-	-	-	-	-	-	-	4%	5%	4%	2%	3,8%
20	Medios de Comunicación, Niños y Adolescentes	-	-	-	2%	3%	3%	5%	-	-	-	-	-	3,2%
21	Ética, Libertad de Expresión y Derecho a la Comunicación	1%	2%	1%	1%	1%	1%	2%	4%	4%	3%	3%	3%	2,2%
Total		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	

Fuente: Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (Alaic). Gráfico elaborado con el apoyo estadístico del profesor Juan Ernesto Velásquez y la cooperación de los bachilleres Carla Zambrano y Carlos Quintero, becas del Centro de Investigación de la Comunicación de la UCAB.

cas. La importancia del protocolo para la comunidad científica es evidente, ya que establece la planificación de la investigación y la producción de conocimientos bajo la modalidad de discursos científicos (proyectos, trabajos especiales de grado, artículos científicos, etcétera).

En los congresos se ha constatado que hay pocas ponencias y referencias bibliográficas sobre teoría y metodología de la comunicación. Es urgente debatir sobre el estatuto epistemológico y las vertientes metodológicas del campo de la comunicación, considerando asuntos prioritarios como el relativismo teórico, el consenso teórico o univocidad terminológica, la precisión epistemológica sobre la historia de la investigación en comunicación y sus aspectos teóricos y metodo-

lógicos, la configuración interdisciplinaria y transdisciplinaria del campo comunicacional, la vinculación entre etnografía y mediaciones sociales, las interrelaciones entre investigación empírica, básica y aplicada, y la relación entre docentes de escuelas, profesionales y gerentes de medios.

No se puede afirmar que la investigación en comunicación en la región durante el periodo 1998-2022 haya generado teorías inéditas a partir de la influencia de autores fundamentales del pensamiento latinoamericano. Por lo tanto, es necesario tomar conciencia de que el alcance deontológico y pedagógico de cualquier teoría radica en cumplir con el propósito de “hacer saber” de manera crítica la realidad que nos interpela.

ESTUDIOS

Las líneas de trabajo que se han ido posicionando gradualmente en la Alaic durante el periodo 2012-2018 son: Comunicación para la salud, Comunicación y ciudad, y Economía política de las comunicaciones. A pesar de que en los últimos congresos de esta asociación estas líneas de trabajo no han ocupado puestos distinguidos en los grupos de trabajo.

(...) es importante llevar a cabo estudios periódicos sobre las tendencias y perspectivas en el campo de la comunicación. Esto debería ser un asunto prioritario abordado por la Alaic en sus congresos, con el objetivo de generar políticas regionales de investigación en comunicación y cultura.

No pretendimos evaluar los temas-objetos de investigación en comunicación que predominan en la región, incluyendo Venezuela. Este tipo de evaluación es difícil y requiere establecer criterios precisos para examinar trabajos de investigación científica, artículos y ensayos desde un modelo epistémico específico. Además, es necesario considerar factores académicos, socioculturales y contextuales para juzgar la relevancia de los productos y resultados de investigación. Sin embargo, es importante llevar a cabo estudios periódicos sobre las tendencias y perspectivas en el campo de la comunicación. Esto debería ser un asunto prioritario abordado por la Alaic en sus congresos, con el objetivo de generar políticas regionales de investigación en comunicación y cultura.

Finalmente, conviene recordar que:

La producción académica-científica con sus subjetividades y lógicas, siempre expresan *el espíritu de una época* (Morin, 1966; Balle, 1991, citado por Rodrigo Alsina, 2001), y ese espíritu, es producto de las relaciones recursivas que se gestan entre la sociedad y las ciencias. El posicionamiento de líneas y matrices de investigación, son una fiel representación de ideas, valores y acontecimientos anidados en lo social, que encuentra su espacio de disertación en las investigaciones de la

época. Podríamos afirmar que ALAIC representa y expresa *el espíritu de la época*, como campo de exposición y explicación de la investigación en las ciencias sociales y los estudios de la comunicación (Burgos, Hernández D., 2021: p.97).

EDIXELA BURGOS

Doctora en Ciencias Sociales de la UCV (2020). Profesora Asociado adscrita del Centro de Investigación de la Comunicación (CIC-UCAB) desde el año 2019.

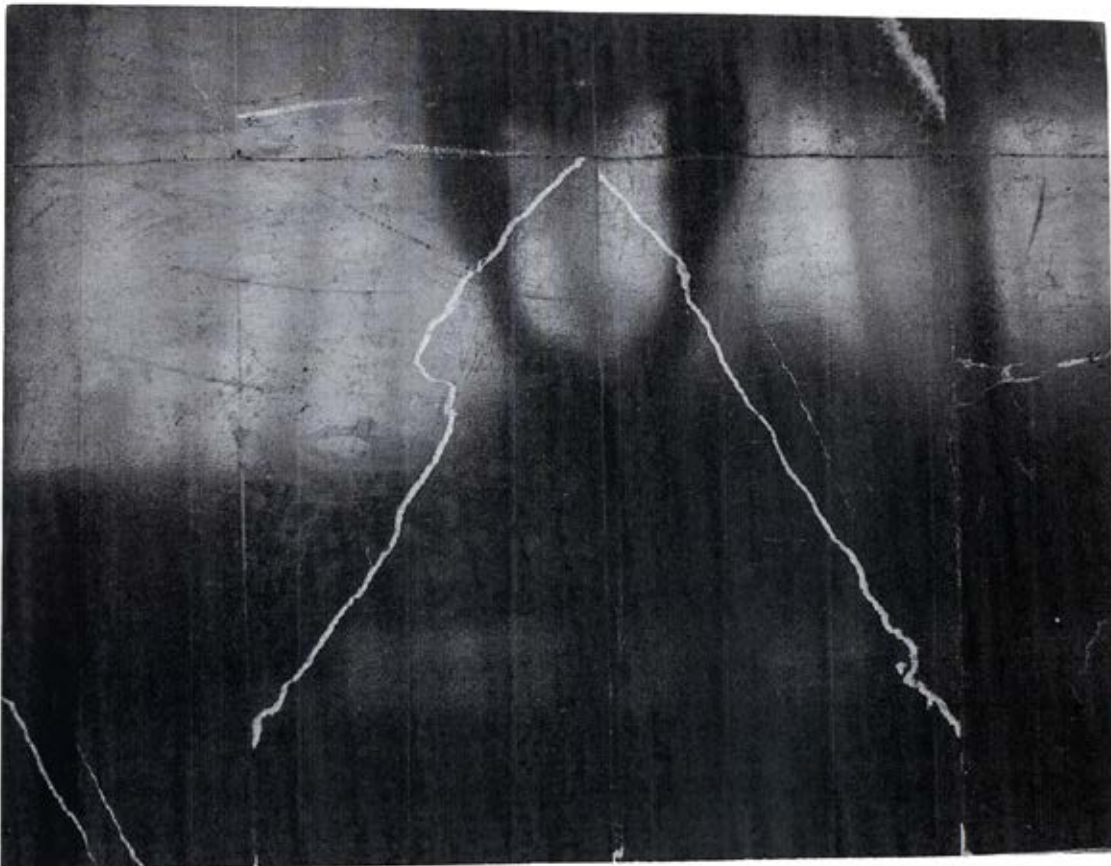
GUSTAVO HERNÁNDEZ

Director del CIC-UCAB desde el año 2018. Doctor en Ciencias Sociales de la UCV (2005). Miembro del equipo editorial de la revista *Comunicación* desde el año 1987.

Referencias

- AGUIRRE, J. M. (2011): "Prácticas teóricas de comunicación en Venezuela". En: revista *Comunicación* N° 155. 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. Centro Gumilla.
- BURGOS, E. y HERNÁNDEZ D., G. (2021): "La investigación en comunicación en América Latina durante el periodo 2014-2018". En: revista *Comunicación*, N-195, Centro Gumilla.
- FUENTES NAVARRO, R. (1999): "La investigación de la comunicación en América Latina: condiciones y perspectivas para el siglo XXI". En: revista *Diálogos*, N°56. Perú: Felafacs.
- HAN, B.C. (2022): *Infocracia: la digitalización y la crisis de la democracia*, Buenos Aires: Tauros.
- HERNÁNDEZ DÍAZ, G. (2013): "La investigación en comunicación en América Latina: tendencias y perspectivas a partir del siglo XXI". En: revista *Comunicación* N-161, Centro Gumilla.
- (2018): *Hablemos de pedagogías digitales, redes sociales y cibermedios en la escuela*. UCAB: abediciones.
- LEÓN, G. (2012): "El papel de la Ciespal en el proceso de institucionalización de los estudios de Comunicación en América Latina". En: revista *MHCI*, N° 3. 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, J. (1999): “¿Para dónde va nuestra investigación? Comunicación fin de siglo”. En: revista *Comunicación* N° 107. Caracas: Centro Gumilla.
- MELLADO, C. (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. 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*.
- OROZCO GÓMEZ, G. (2001): *Televisión, audiencias y educación*. Grupo Editorial Norma.
- (1997): *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*. Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario.
- PASQUALI, A. (2007): *Comprender la comunicación*. Gedisa.
- PERERA, V. (2004): *Temario, diálogos y desencuentros hispanoamericanos: una mirada crítica sobre la revistas de comunicación en Internet*. Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, (reprografía).
- PINEDA, M. (2006): “La investigación de la comunicación en América Latina: evaluación del estado de la cuestión”. En: *Opción*, N°50. Universidad del Zulia.
- REY, CANELÓN, AGUIRRE, HERNÁNDEZ y BISBAL (1999): “Mosaico de prioridades investigativas”. En: revista *Comunicación* N° 107. Centro Gumilla.
- RIZO, M. (2012): *Las teorías de la comunicación en la construcción del campo académico de la comunicación: apuntes históricos, reflexiones epistemológicas y retos pedagógicos*. Universidad Autónoma de México, en: http://alaic2012.comunicacion.edu.uy/sites/default/files/gt9_rizo_marta.pdf
- SÁNCHEZ RUIZ, E. (2002): “La investigación latinoamericana de la comunicación y su entorno social: notas para una agenda”. En revista *Diálogos*, N°64. Felafacs.
- SERRANO, M. M. (2011): “¿Para qué sirve estudiar teoría de la comunicación?” En: revista *Comunicación* N° 155. Centro Gumilla.
- TORRICO VILLANUEVA, E. (2018): La comunicación decolonial, perspectiva in/surgente. RLCC. ALAIC (pp. 73-81). https://www.researchgate.net/publication/329659749-La_comunicacion_decolonial__RLCC_ALAIC
- VASALLO de LOPES, M. (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, C. (2011): “El relativismo teórico en comunicación. Entre la comunicación como principio explicativo y la comunicación como disciplina práctica”. En: *Comunicación y Sociedad*, N°16. Universidad de Guadalajara.



Galería de Papel. (In) Visibilis. Octavio Russo (2024).