

# La investigación en comunicación en América Latina durante el período 2014-2018

EDIXELA BURGOS • GUSTAVO HERNÁNDEZ DÍAZ

En este trabajo se examinan las tendencias y perspectivas de la investigación en comunicación en América Latina a partir de los tres últimos congresos bianuales realizados por la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC), desde el año 2014 al 2018.

## I. SOBRE ALAIC

La Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC) se fundó en noviembre de 1978 con la participación de un grupo de distinguidos académicos comprometidos con el desarrollo ético-crítico del campo de la comunicación. Esta asociación académica declara que:

Fue presidida por el venezolano Luis Aníbal Gómez y en su primera directiva encontramos nombres tan significativos como Luis Gonzaga Motta, de Brasil; Marco Ordóñez, de Ecuador; Fernando Reyes Matta, de Chile; Alejandro Alfonzo, de Venezuela; Joseph Rota, de México; quienes fueron el núcleo fundador de la institución que se convertiría en la más importante promotora de la necesidad de conocer la comunicación latinoamericana, sus particularidades, las influencias que la habían moldeado y que todavía persistían. (ALAIC, 2014)

La misión esencial de ALAIC consiste en fomentar la investigación en Ciencias de la Comunicación en la región a través de una comunidad académica multidisciplinaria que suscribe estos valores universales: “Libertad de pensamiento y de expresión. Compromiso social. Libertad de investigación. Derecho a conocer. Pluralismo teórico y metodológico. Espíritu de colaboración”<sup>1</sup>.

De igual forma, esta asociación académica se plantea estos objetivos<sup>2</sup>:

- 1) El montaje y el apoyo a la comunidad científica especializada en la investigación de la comunicación de América Latina, buscando el aumento y actividades de mejora.
- 2) Promover y defender el establecimiento y desarrollo de las condiciones necesarias para la libertad de investigación, el reconocimiento, la protección legal y un salario justo para los investigadores lati-

## DOSSIER

noamericanos que trabajan en el ámbito de la comunicación.

3) Fomentar las relaciones y la cooperación entre los grupos de este ámbito del conocimiento científico y las organizaciones regionales, nacionales e internacionales persiguen objetivos similares: promover la creación de centros de investigación sobre la comunicación y fomentar la formación de asociaciones nacionales de investigación.

4) Promover y condenar las actividades de investigación entre sus miembros, así como la atracción de recursos humanos calificados para la investigación en el pregrado, postgrado y la actualización continua, la difusión de la documentación científica sobre la especialidad de que se trate, de preferencia uno que proviene de la región.

Entre los miembros fundadores de ALAIC podemos mencionar a destacados intelectuales: Antonio Pasquali, Luis Ramiro Beltrán, Luis Aníbal Gómez, Oswaldo Capriles, Alejandro Alfonso, Elizabeth Safar, Patricia Anzola, Jesús Martín Barbero, Rafael Roncagliolo, José Marques de Melo. En su momento, dos venezolanos ocuparon la presidencia de la asociación: Luis Aníbal Gómez (1978- 1979) y Oswaldo Capriles (1983-1984). Estos distinguidos académicos también asumieron la dirección del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (Ininco) de la UCV. En la actualidad, la presidencia de ALAIC está a cargo del investigador uruguayo, Gabriel Kaplún.

## II. ANTECEDENTES: ALAIC 1998-2012

Este estudio que presentamos es la continuación de otro trabajo que desarrolló Hernández D. en el año 2013 y que se intitula: *La investigación en comunicación en América Latina: tendencias y perspectivas*. El autor examina la producción académica en el campo de la comunicación en América Latina, basándose en las ponencias que se presentaron en ALAIC durante el período 1998-2012. Estas son algunas de las conclusiones de ese estudio que nos sirven para establecer relaciones con los tres últimos congresos celebrados por esta asociación, asunto que analizaremos más adelante:

► Vigentes los temas tradicionales que se han desarrollado de manera constante en América Latina en las últimas tres décadas del siglo XX, a saber:

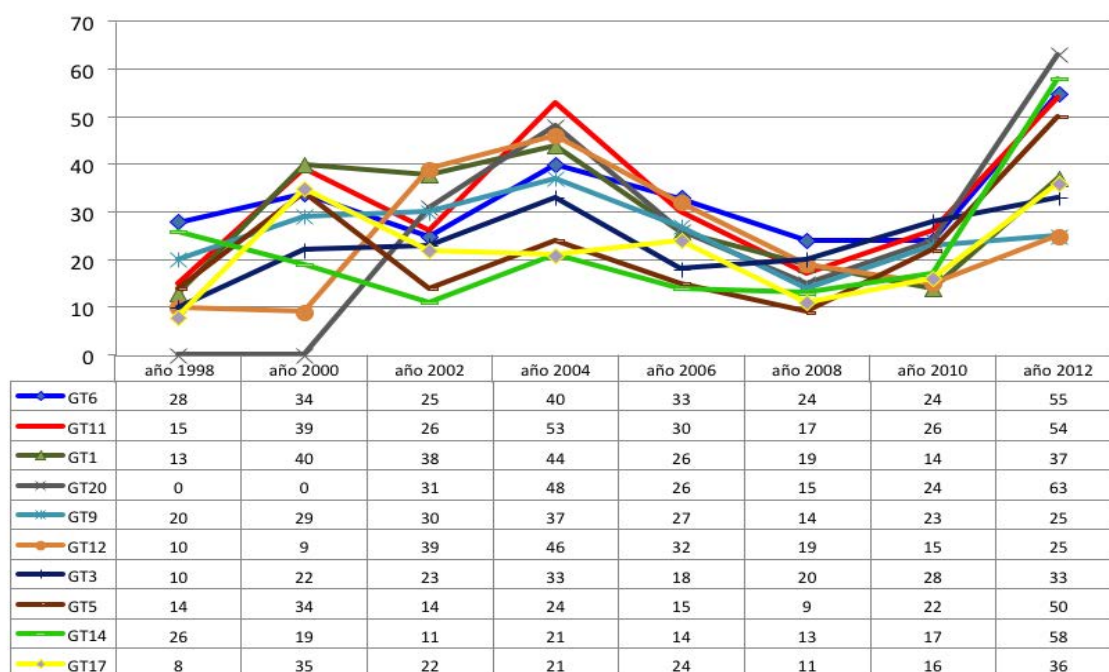
- 1) Políticas públicas de comunicación.
- 2) Régimen de propiedad y estructura de los medios.
- 3) Diagnóstico de la situación en comunicaciones.
- 4) Comunicación alternativa.
- 5) Derecho a la información y la comunicación.
- 6) Análisis semiótico.
- 7) Teoría y metodología de la comunicación.
- 8) Ética y deontología.

► Diez fueron los grupos de trabajo que presentaron el mayor número de ponencias desde 1998 hasta 2012:

1. Estudios sobre periodismo.
2. Discurso y comunicación.
3. Comunicación, tecnología y desarrollo.
4. Comunicación y estudios culturales.
5. Comunicación y educación.
6. Comunicación organizacional.
7. Comunicación política y medios.
8. Estudios de recepción.
9. Historia de la comunicación.
10. Teoría y metodología de la comunicación.

El estudio concluyó que 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. La mirada cualitativa en comunicación cobra fuerza en la década de los noventa a través de los

**GRÁFICO 1. RANKING DE LOS DIEZ PRIMEROS GRUPOS DE TRABAJO (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. Nota: GT6 corresponde a estudios sobre periodismo. GT11: discurso y comunicación. GT1: comunicación, tecnología y desarrollo. GT20: comunicación y estudios culturales. GT9: comunicación y educación. GT12: comunicación organizacional. GT3: Comunicación política y medios. GT5: Estudios de recepción. GT14: Historia de la comunicación. GT17: teoría y metodología de la comunicación.

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 del siglo XX, 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.

Los estudios en comunicación tienden hacia estos tópicos de interés: la recepción mediática, nuevas tecnologías, mediaciones culturales, comunicación organizacional, sociología de las profesiones, educomunicación, la epistemología, teoría 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.

### III. ALAIC PERÚ-2014: PENSAMIENTO CRÍTICO LATINOAMERICANO Y LOS DESAFÍOS DE LA CONTEMPORANEIDAD

Ya hemos anunciado *supra* que la intención de este trabajo consiste en dar cuenta de un diagnóstico general sobre la investigación en comunicación en América Latina a partir de los congresos realizados por la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC), desde el año 2014 hasta el 2018. En esta orientación, se describen los tres congresos de esta asociación para de esta manera establecer una secuencia de tendencias y perspectivas. Ella reúne en su seno a diecinueve grupos de trabajo con temáticas heterogéneas y alineadas a los debates tradicionales y emergentes de la sociedad de la comunicación (Véase: Cuadro 1).

**CUADRO 1**  
**GRUPOS TEMÁTICOS DE LA ALAIC CONSOLIDADOS DESDE 1998**

GRUPOS TEMÁTICOS	TEMAS DE ESTUDIO
1. Comunicación intercultural y folkcomunicación	Multiculturalismo y comunicación, diversidades étnico-culturales e identidades nacionales.
2. Comunicación organizacional y relaciones públicas	Papel de la comunicación en el contexto de las organizaciones complejas.
3. Comunicación política y medios	Relaciones entre Estado, partidos y medios. Prácticas autoritarias y democráticas. Géneros político-periodísticos televisivos.
4. Comunicación y educación	Vinculación existente entre estos dos campos del conocimiento.
5. Comunicación y salud	Espacio de múltiples dimensiones formado por historia, teorías, metodologías, tecnologías, actores, instituciones, políticas, prácticas, agendas, intereses, y las relaciones de poder y disputas de los sentidos.
6. Economía política de las comunicaciones	Temas subyacentes a la actual crisis del capitalismo.
7. Estudios de recepción	Relación de los medios con la cultura y la sociedad contemporánea; entre los textos y las lecturas de los receptores.
8. Comunicación popular, comunitaria y ciudadanía	Participación, de la interacción y de la interactividad en los medios de comunicación local y del circuito "alternativo", incluso el referido a la publicidad comunitaria y social.
9. Teoría y metodología de investigación en comunicación	Crítica al estado del conocimiento en el campo de la comunicación. Fundamentos teóricos y metodológicos de la interdisciplinariedad. Construcción de los objetos de investigación.
10. Comunicación, tecnología y desarrollo	Las problemáticas del desarrollo y el cambio social, vinculadas a las transformaciones técnicas y científicas y el papel instrumental de la comunicación.
11. Comunicación y estudios socioculturales	Fenómenos comunicacionales y socioculturales en el contexto de la sociedad contemporánea. Los medios y las industrias culturales y cómo estos ejercen influencia directa en la configuración de los imaginarios sociales y en las nuevas formas de sociabilidad.
12. Comunicación para el cambio social	Paradigmas y experiencias de comunicación para el desarrollo y el cambio social.
13. Comunicación publicitaria	Comprensión de la publicidad como fenómeno cultural y comunicacional.
14. Discurso y comunicación	Estructura, uso y manejo del lenguaje en los procesos de comunicación.
15. Comunicación y ciudad	La comunicación en tanto proceso intersubjetivo de producción de sentido y la cultura urbana.
16. Estudios sobre periodismo	Información empírica sobre los procesos de producción, circulación y consumo de mensajes periodísticos en América Latina.
17. Historia de la comunicación	Historia de la comunicación, la historia de la formación del pensamiento en comunicación con especial énfasis en América latina.
18. Ética, libertad de expresión y derecho a la comunicación	Autorregulación, corregulación y regulación de los medios de comunicación, acceso a la información y el derecho a la comunicación.
19. Comunicación digital, redes y procesos	Ciberperiodismo y cibercultura. Usabilidad/accesibilidad. Arquitectura de la información. Transformación digital de las organizaciones. Cibercultura y culturas juveniles. Redes y algoritmos. Periodismo de datos. Narrativas digitales. Estética e imagen digital. Comunidades y redes virtuales.

Fuente: Cuadro elaborado en el año 2021 a partir de la información literal suministrada por los grupos temáticos de ALAIC.  
 Véase: <https://www.alaic.org/site/congreso-alaic-2018/>

Los congresos de ALAIC tienen como fin principal contribuir a divulgar el campo de los estudios de la comunicación a través de los trabajos de distintas instituciones universitarias de América Latina. El espacio de los congresos nos permite comprender la multiplicidad de miradas sobre la comunicación, además de fortalecer el trabajo colaborativo y la construcción de redes.

En lo que sigue, se examinan los datos sobresalientes que ha reportado este congreso en su edición 2014:

- El XII Congreso de ALAIC-2014 realizado en Lima-Perú, tuvo como tema central el pensamiento crítico y su larga tradición en América Latina que se remonta a los siglos XVIII y XIX. En el siglo XX, la tradición intelectual se articula en torno a los proyectos de modernidad y modernización en la región, abordados desde varias perspectivas del conocimiento.
- En el caso del campo de la comunicación en América Latina, el debate giró en torno a las teorías de la dependencia, el imperialismo cultural, los estudios culturales latinoamericanos y la comunicación alternativa y popular. Dada las tendencias centradas en el determinismo tecnológico y las políticas nacionales de comunicación, la ALAIC examinó desde varias perspectivas el pensamiento crítico en el campo de la comunicación a partir de tres ejes temáticos:

1. Integración latinoamericana y cambios en la hegemonía (nuevas hegemonías y contra-hegemonías).
2. Lo cotidiano (presencia de las tecnologías digitales en la vida social).
3. Procesos de democratización de la comunicación en América Latina (otros modelos de comunicación cimentados en la redistribución equitativa de propiedades, recursos y medios comunicacionales, así como experiencias normativas integrales).

- De los tradicionales veintiún Grupos de Trabajo (GT) consolidados en ALAIC desde el año 1998, en el congreso que se realizó en el 2014 solo se presentaron dieciocho grupos.
- Los nueve grupos que presentaron más ponencias fueron:
  1. Comunicación y estudios socioculturales.
  2. Comunicación intercultural y folkcomunicación.
  3. Comunicación popular, comunitaria y ciudadanía.
  4. Comunicación y ciudad.
  5. Discurso y comunicación.
  6. Comunicación para el cambio social.
  7. Comunicación organizacional y relaciones públicas.
  8. Comunicación publicitaria.
  9. Ética, libertad de expresión y derecho a la comunicación. (El Cuadro 2 describe los temas relevantes de estos grupos temáticos).

## En el caso del campo de la comunicación en América Latina, el debate giró en torno a las teorías de la dependencia, el imperialismo cultural, los estudios culturales latinoamericanos y la comunicación alternativa y popular.

Sobre los Grupos de Interés de los países anfitriones. La ALAIC reporta un tipo de información adicional que se relaciona con los *Grupos de Intereses* y que se refieren a aquellas: “[...] actividades de reflexión y confrontación de perspectivas en torno a temáticas emergentes o relevantes para el país o región sede de cada congreso ALAIC. Estos grupos se definen para cada Congreso y son propuestos por las personas participantes.”<sup>3</sup> En el Congreso de ALAIC-2014 celebrado en Perú, el debate giró en torno a estos temas emergentes: 1) Redes sociales. 2) Cultura en medio de la violencia. 3) TV y narrativa transmedia. 4) Imágenes visuales en América Latina. 5) Conflictividad socio-ambiental. (Véase: Cuadro 3).

## ALAIC, PERÚ-2014 TEMAS RELEVANTES DE LOS NUEVE PRIMEROS GRUPOS QUE PRESENTARON MÁS PONENCIAS

GRUPO TEMÁTICO	TEMAS GENERALES DE LAS PONENCIAS
1. Comunicación y estudios socioculturales	1.- Noticieros televisivos 2.- Identidad televisiva 3.- TV Género de terror 4.- Televisión pública 5.- Cine latinoamericano 6.- Identidades juveniles 7.- Género y comunicación
2. Comunicación intercultural y folkcomunicación	1.- Radios Indigenistas 2.- Estudios afrocolombianos y afrolatinoamericanos 3.- Narrativas mediáticas y poética antropológica 4.- Narrativas de frontera 6.- Políticas culturales y pueblos indígenas 7. Identidad e hibridad cultural 8.- Hegemonía cultural, violencia simbólica, neocolonialismo 9.- Webdiásporas
3. Comunicación popular, comunitaria y ciudadanía	1.- Medios de comunicación comunitarios 3.- Migraciones tecnológicas 4.- Redes y movimientos sociales 5.- Comunicación y hegemonía 6.- Comunicación y mercados populares 7.- Criminalización de la pobreza 8.- Religiosidad contemporánea
4. Discurso y comunicación	1.- Comunistas, fanáticos religiosos 2.- Periodismo de guerrilla 3.- Análisis del discurso en revistas de diarios y representaciones genéricas 4.- Religión y ateísmo en las RR.SS. 5.- Nuevas construcciones de la mujer en el discurso musical. 6.- Análisis de los discursos en Facebook 7. Discurso científico de revistas digitales
5. Comunicación para el cambio social	1.- Pensamiento descolonial y la comunicación para el cambio social 2.- Los conflictos y su gestión en la radio escolar 3.- Democracia y desarrollo 4.- Fotografía y memoria colectiva 5.- Transición política 6.- Democracia y comunicación 7. Educación y derechos humanos 8. Organizaciones sociales
6. Comunicación y ciudad	1.- Organizaciones de vecinos 2.- Comunicación en organizaciones y procesos urbano-metropolitanos 3.- Ciudad y cultura de redes 4.- Comunicación, transporte público y movilidad 5.- La comunidad imaginada 6.- Ciudad y espacios de comunicación 7.- Comunidad gótica
7. Comunicación organizacional y relaciones públicas	1.- Dircom y su posición estratégica en la empresa actual. 2.- Investigación empresarial 3.- Comunicación estratégica 4.- Redes sociales y comunicación organizacional 5.- La inserción laboral del comunicador social en el ámbito organizacional 6.- Relaciones públicas y lobby 7.- Auditoría y comunicación organizacional
8. Ética, libertad de expresión y derecho a la comunicación	1.- Transparencia informativa 2.- Ética y formación profesional 3.- Malas prácticas ante urgencias informativas 4.- Defensoría de las audiencias 5.- Concentración de medios 6.- Observatorio de medios 7.- Acceso a la información
9. Comunicación publicitaria	1.- La estructura de la publicidad en los países de América Latina 2.- El mercado latinoamericano de la publicidad 3.- Creatividad, estrategias y campañas publicitarias 4.- El lenguaje publicitario y el análisis del mensaje 5.- Género y publicidad 6.- La enseñanza de la publicidad 7.- La investigación en publicidad y la investigación de mercados 8.- La publicidad y las nuevas tecnologías 9.- Representaciones e imágenes sociales en la publicidad



**CUADRO 3**  
**GRUPOS DE INTERÉS: ALAIC PERÚ- 2014**

GRUPO DE INTERÉS (GI)	DENOMINACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS	TOTAL DE GRUPOS DE TRABAJO (PONENCIAS)	%
1	Comunicación digital, redes y procesos	46	32 %
2	Comunicación y cultura en medio de la violencia: poderes contra hegemónicos	15	10 %
3	Ficción televisiva y narrativa transmedia	44	30 %
4	Las imágenes visuales y audiovisuales en América Latina	31	21 %
5	La Comunicación y los medios en contextos de conflictividad socio-ambiental e industrias extractivas	9	6 %
	Total	145	100 %

Fuente: cuadro elaborado en el año 2021 partir de los datos suministrados en la página web de ALAIC (2021). Nota: El cuadro tiene cuatro entradas: 1) Número de grupos de interés (Gi). 2) Denominación de los grupos de interés (GI) 3) Ponencias que se presentaron. 4) Porcentaje de las ponencias presentadas en el congreso.

#### IV. ALAIC MÉXICO-2016

##### SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO Y COMUNICACIÓN: REFLEXIONES CRÍTICAS DESDE AMÉRICA LATINA

Desde una mirada crítica y analítica, ALAIC 2016 enfatiza sobre la Sociedad del conocimiento. En esta orientación, se examinaron, *grosso modo*, estos asuntos:

1. Conocimiento y valoración de las prácticas culturales y sociales en los entornos tecnológicos.
2. Políticas públicas en ciencia y tecnología y la sociedad del conocimiento.
3. El papel del Estado y de la educación en la sociedad del conocimiento.
4. Los capitales privados y los beneficios sociales.
5. El campo de la comunicación, las mediaciones sociales y los productos-prácticas en la sociedad del conocimiento.

- ▶ En ALAIC 2016 se presentaron diecinueve grupos de trabajo, estrenándose el grupo de “Comunicación digital, redes y procesos”.
- ▶ Los dos grupos de interés que se propusieron en dicho congreso fueron: Decolonialidad y Narrativa Transmedia. (Véase: Cuadro 4)
- ▶ Estos son los nueve primeros grupos que presentaron más ponencias en la ALAIC 2016:
  1. Estudios sobre periodismo.
  2. Comunicación digital, redes y procesos.
  3. Comunicación y educación.
  4. Comunicación y estudios socioculturales.
  5. Comunicación popular, comunitaria y ciudadanía.
  6. Discurso y comunicación.
  7. Comunicación política y medios.
  8. Comunicación intercultural y folk-comunicación.
  9. Teoría y metodología. (El Cuadro 5 presenta los temas centrales de estos grupos temáticos).

**CUADRO 4**  
**GRUPOS DE INTERÉS: ALAIC MÉXICO- 2016**

(GI)	DENOMINACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS	TOTAL DE GRUPOS DE TRABAJO (PONENCIAS)	%
GI 1	Comunicación-decolonialidad	17	39%
GI 2	Ficción televisiva y narrativa transmedia	27	61%
	Total	44	100%

Fuente: cuadro elaborado en el año 2021 partir de los datos suministrados en la página web de ALAIC (2021). Nota: el cuadro tiene cuatro entradas; 1) Número de grupos de interés (Gi). 2) Denominación de los grupos de interés (GI) 3) Ponencias que se presentaron. 4) Porcentaje de las ponencias presentadas en el congreso.

## CUADRO 5

## ALAIC, MÉXICO-2016. TEMAS RELEVANTES DE LOS NUEVE PRIMEROS GRUPOS QUE PRESENTARON MÁS PONENCIAS

GRUPO TEMÁTICO	TEMAS GENERALES DE LAS PONENCIAS
1.- Comunicación y estudios socioculturales	1.- Música y comunicación 2.- Fotodocumentalismo 3.- Biopolítica y psicopolítica 4.- Consumo de cine 5.- Guerra y reality show 6.- Jóvenes, ciudadanía y deseo 7.- Violencia y videojuegos 8.- Sexualidad en series televisivas 9.- Consumo cultural y entretenimiento 10.- Identidad guerr
2.- Comunicación digital, redes y procesos	1.- Facebook entre estudiantes universitarios 2.- Activismo personal en Twitter 3.- Uso y apropiación TIC. 4.- Identidad virtual y cyberbullying 5.- Ciberperiodismo 6.- Rredes sociales y gestión del conocimiento 7.- Cuerpo e identidad en mundos virtuales 8.- Redes sociales y juventud 9.- Redes y movimientos sociales 10.- Consumo en tiempo de convergencia
3.- Discurso y comunicación	1.- Discurso sobre el paramilitarismo 2.- Discurso de los blogs 3.- Discurso de la publicidad 4.- Discurso periodístico 5.- Narrativas y comunidad 6.- Discurso televisivo 7.- Publicidad y radiodrama 8.- Memes de Internet
4.- Comunicación y educación	1.- Tecno-mediación escolar 2.- Audiolibro 3.- Transmediaciones 4.- Consumo de medios y TIC entre jóvenes 5.- Racismo desde la educación mediática 6.- Alfabetización digital 7.- RR. SS. y participación 8.- RR. SS. y escuela 9.- Aprendizaje colaborativo y redes sociales
5.- Comunicación política y medios	1.- Construcción del acontecimiento en la era de Internet 2.- Entrevistas políticas de TV y su función en la campaña electoral 3.- Mediocracia 4.- Medios de comunicación, crimen y apoyo ciudadano 5.- <i>Framing</i> de la campaña electoral 6.- Propuesta teórica-metodológica para el estudio del campo científico de la comunicación política 7.- Problemas metodológicos en la investigación del sesgo partidista 8.- Comunicación política y participación 9.- RR. SS. y participación política
6.- Comunicación popular, comunitaria y ciudadanía	1.- Radio alternativa comunitaria 2.- Comunicación para el desarrollo 3.- Ciudadanía y comunicación 4.- Ingeniería en comunicación social de los colectivos sociales 5.- Periodismo alternativo y comunitario 6.- Ciudadanía intercultural
7.- Comunicación intercultural y folkcomunicación	1.- Rituales y folkcomunicación 2.- Medios y estereotipos 3.- TIC y cultura popular 4.- Música y folkcomunicación 5.- Identidad y estudios culturales 6.- Inclusión educativa e interculturalidad 7.- Folkcomunicación y religiosidad

Fuente: cuadro elaborado en el año 2021 a partir de la información literal suministrada por los grupos temáticos de ALAIC.  
<http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/>



## CUADRO 5 (CONT.)

## ALAIC, MÉXICO-2016. TEMAS RELEVANTES DE LOS NUEVE PRIMEROS GRUPOS QUE PRESENTARON MÁS PONENCIAS

GRUPO TEMÁTICO	TEMAS GENERALES DE LAS PONENCIAS
8.- Comunicación organizacional y relaciones públicas	1.- Estudio de microempresas 2.- El proceso de enseñanza-aprendizaje de la comunicación organizacional en universidades 3.- Comunicación y cultura organizacional para la construcción de experiencias de teletrabajo desde una perspectiva socialmente responsable 4.- Comportamientos de ciudadanía organizacional en empleados sindicalizados en una institución de educación superior pública 5.- Educar empresas para la formación de audiencias 6.- Comunicación y cultura organizacional para la construcción de experiencias de teletrabajo 7.- Comunicación política y lobbies 8.- Símbolos culturales e imagen país
9.- Teoría y metodología de investigación en comunicación	1.- Contribuciones transmetodológicas para el análisis de procesos comunicativos contemporáneos 2.- Los enfoques pedagógicos y los tipos de cursos empleados en la enseñanza de las teorías de comunicación 3.- Tres metodologías de análisis de las industrias culturales y creativas 4.- Diseño metodológico para la investigación del periodismo literario en Internet 5.- Jóvenes y consumo de noticias: propuesta metodológica para recolección de datos en contextos de movilidad y convergencia 6.- El poder/saber en la era de las redes

Fuente: cuadro elaborado en el año 2021 a partir de la información literal suministrada por los grupos temáticos de ALAIC.  
<http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/>

## VI. ALAIC-COSTA RICA-2018 COMUNICACIÓN EN SOCIEDADES DIVERSAS: HORIZONTES DE INCLUSIÓN, EQUITAD Y DEMOCRACIA.

En el XIV Congreso de ALAIC 2018, se analizó cómo la comunicación desempeña un rol central en los procesos sociopolíticos, culturales y tecnológicos, y sus implicaciones en la inclusión y equidad social. Se buscó promover la reflexión, el debate y la divulgación del pensamiento latinoamericano en el campo de la comunicación, especialmente lo que atañe a la propuesta de nuevas perspectivas y enfoques analíticos para los procesos democráticos, la libertad y la justicia social.

- Los nueve primeros grupos que presentaron más ponencias en ALAIC 2018 fueron: 1.- Estu-

dios sobre periodismo. 2. Comunicación digital, redes y procesos. 3.- Comunicación y educación. 4. Comunicación y estudios socio-culturales. 5.- Comunicación organizacional y relaciones públicas. 6.- Comunicación popular, comunitaria y ciudadanía. 7.- Discurso y comunicación. 8.- Comunicación política y medios. 9.- Comunicación publicitaria. (El Cuadro 6 da cuenta de los temas centrales de estos grupos temáticos).

- Estas fueron las cuatro temáticas que destacaron en este Congreso: 1. Cine y audiovisual en América Latina. 2. TV y narrativa transmedia. 3.- Género y diversidad sexual. 4.- Decolonialidad (Véase Cuadro 7).

## CUADRO 7

## GRUPOS DE INTERÉS: ALAIC COSTA RICA- 2018

GRUPO DE INTERÉS (GI)	DENOMINACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS	TOTAL DE GRUPOS DE TRABAJO (PONENCIAS)	%
G1	Cine y audiovisual en América Latina	25	22%
GI2	Ficción televisiva y narrativa transmedia	24	21%
GI3	Comunicación, género y diversidad sexual	44	38%
GI4	Comunicación-Decolonialidad	22	19%
	Total		100%

Fuente: cuadro elaborado en el año 2021 partir de los datos suministrados en la página web de ALAIC (2021). Nota: El cuadro tiene cuatro entradas: 1) Número de Grupos de Interés (GI). 2) Denominación de los Grupos de Interés (GI) 3) Ponencias que se presentaron. 4) Porcentaje de las ponencias presentadas en el congreso.

**CUADRO 6**  
**ALAIC, COSTA RICA-2018. TEMAS RELEVANTES DE LOS NUEVE PRIMEROS GRUPOS TEMÁTICOS**  
**QUE PRESENTARON MÁS PONENCIAS**

GRUPO TEMÁTICO	TEMAS DE LAS PONENCIAS
1.- Estudios sobre periodismo	1.- Agenda de los medios 2.- Imaginarios y representaciones de los medios nacionales 3.- Colectivos independientes de periodismo 4.- Variación y distribución de los roles periodísticos en los debates presidenciales televisados 5.- Twitter como herramienta de uso profesional en el periodismo 6.- Financiamiento del ciberperiodismo 7.- Prensa lesbiana 8.- Medios y espacio urbano
2.- Comunicación digital, redes y procesos	1.- Redes sociales y visibilidad mediática 2.- RR. SS. y desarrollo físico y mental de los adultos mayores 3.- Discurso violento y de odio en dos grupos de Facebook 4.- Las redes sociales y su valoración por parte de los periodistas 5.- Redes sociodigitales, movimientos sociales por la paz 6.- Periodismo de autor 2.0 7.- Actitud política, actores políticos y Facebook 8.- Voto electrónico, el secreto y la información 9.- Rol de los cybermedios en la educación ciudadana
3.- Comunicación y educación	1.- Mediación educativa en el circuito del arte 2.- Alfabetización científica, dibujos animados y niños 3.- Las redes sociales y sus efectos en las relaciones interpersonales 4.- Enseñanza del periodismo multimedia 5.- Usos y apropiaciones de las TIC 6.- Alfabetización digital 7.- Jóvenes, televisión y redes sociales digitales 8.- Papel de la comunicación y la educación en las configuraciones ciudadanas
4.- Comunicación y estudios socioculturales	1.- Criminalización y descriminalización mediática 2.- Imaginarios, animación y recursos transmedia 3.- Epistemología de la visualidad 4.- Comunicación e historias sagradas 5.- Estéticas, narrativas y movimientos sociales 6.- Representación social de los indígenas 7.- Fotografía y representaciones sociales 8.- Comunicación indígena 9.- La narrativa de los hijos de migrantes
5.- Comunicación organizacional y relaciones públicas	1.- Constructivismo relacional en la comunicación organizacional 2.- Facebook como herramienta de comunicación en las empresas de América Latina 3.- El uso de Twitter y Facebook como herramienta de eCRM en el sector turístico institucional 4.- Comunicación responsable y discurso corporativo en situaciones de crisis 5.- Balance analítico sobre la estructura del clima organizacional 6.- Construcción del Código de ética del comunicólogo organizacional 7.- Teletrabajo e inclusión: una propuesta de responsabilidad social y comunicación interna 8.- Relaciones públicas y responsabilidad social organizacional a través de medios digitales
6.- Comunicación popular, comunitaria y ciudadanía	1.- Políticas de comunicación comunitaria en América Latina 2.- Radios comunitarias 3.- Comunicación comunitaria en el contexto de la comunicación alternativa 4.- La cultura de paz 5.- Redes de comunicación ciudadana 6.- Comunicación participativa y construcción social 7.- Formación de estereotipos sobre discapacidad 8.- Twitter y participación política

Fuente: cuadro elaborado en el año 2021 a partir de la información literal suministrada por los grupos temáticos de ALAIC. <https://www.alaic.org/site/memorias-congreso-alaic-2016/>

**CUADRO 6 (CONT.)**  
**ALAIC, COSTA RICA-2018. TEMAS RELEVANTES DE LOS NUEVE PRIMEROS GRUPOS TEMÁTICOS**  
**QUE PRESENTARON MÁS PONENCIAS**

GRUPO TEMÁTICO	TEMAS DE LAS PONENCIAS
7.- Discurso y comunicación	1.- Narrativa de los fotolibros 2.- Ethos discursivo del científico en los blogs 3.- Narcotráfico como fenómeno social recreado en el discurso de la prensa 4.- Netflix: del procesamiento de la información a la reinterpretación de la cultura 5.- Discurso hegemónico y contradiscurso: análisis crítico del discurso mediático 6.- Discurso y comunicación en la historia de la música romántica mexicana 7.- Géneros, tradiciones discursivas y tecnologías. 8.- Conceptos sobre el tiempo fotográfico. 9.- Procedimiento metodológico para la inferencia de encuadres en el discurso audiovisual 10.- Evolución discursiva y sociohistórica del corrido y el narcocorrido
8.- Comunicación política y medios	1.- El tratamiento informativo de la inseguridad 2.- Videopolítica y candidatos independientes vs. la partidocracia 3.- Twitter de los presidentes 4.- Uso político del discurso religioso en los medios 5.- Percepción de inseguridad y agenda setting 6.- Efectos de la concentración económica de los medios de comunicación electrónica en la cultura política 7.- La participación política en el entorno multimediático de comunicación 8.- Estrategia metodológica para el análisis de las campañas electorales a partir del reconocimiento de sus actores
9.- Comunicación publicitaria	1.- Comunicación de la RSE y su incidencia en la imagen de marca 2.- Componentes de los identificadores visuales y su efecto en el reconocimiento de marca 3.- Análisis de videojuegos de publicidad de comida chatarra dirigidos a niños 4.- Kellogg's y el fomento al sobreconsumo de sus productos en el público infantil y juvenil.

Fuente: cuadro elaborado en el año 2021 a partir de la información literal suministrada por los grupos temáticos de ALAIC.  
<https://www.alaic.org/site/memorias-congreso-alaic-2016/>

## VII. ALAIC 2014-2016-2018.

### HALLAZGOS, TENDENCIAS Y PERSPECTIVAS

Desde una perspectiva general, presentamos las conclusiones de los tres últimos congresos de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC), celebrados en los años 2014, 2016 y 2018.

- Transmedia y Decolonialidad. Los grupos de interés de Perú, Costa Rica y México han reiterado estos tópicos fundamentales: 1) Ficción televisiva y narrativa transmedia y 2) Comunicación y decolonialidad. Es indudable que Internet y sus espacios de convergencia cultural han impactado notablemente en la industria televisiva tradicional y, en concreto, en lo que atañe a los modos de producción, distribución, así como en las estrategias de consumo audiovisual y multimedia. Dicho de otro modo:

Las narrativas transmedia, en formato informativo y ficcional, deben valorar los principios democráticos que giran en torno a la ciudadanía, el respeto, la autonomía de pensamiento, la cultura de los prosumidores, el acceso a la información y la legítima participación en los asuntos públicos. Es importante leer los medios y también aprender a producir contenidos como parte esencial del proceso de globalización cultural. (Hernández D., 2020: p. 192)

- Existe un creciente interés hacia el pensamiento decolonial surgido en América Latina en la década de los 90.

La Comunicación decolonial abre un horizonte de interpretación que recupera elementos de la crítica utópica latinoamericana y aporta otros distintos dado que desborda problemáticas tradicionales como los efectos y funciones de los mass-media, la ideología dominante, la industria cultural, la comunicación popular alternativa... (Torrico, 2018).<sup>4</sup>

## DOSSIER

En síntesis, las narrativas digitales que son producto de la convergencia tecnológica del siglo XXI y la indagación de un nuevo episteme decolonial latinoamericano, se erigen como los dos temas-fuerza que han introducido en el debate académico de los tres últimos congresos de ALAIC.

- La historia de la comunicación no ocupó un sitio de notoriedad en los tres últimos congresos de ALAIC, como sí ocurrió durante el período 1998-2012. Cabe señalar que el desconocimiento de la historia de los medios, de la historia del campo científico de la comunicación, nos impide realizar un análisis en conjunto de los fenómenos sociales. Sin la presencia de la historia nuestra mirada siempre será sesgada, coyuntural e imprecisa. Soslayar el “antes”, las causas y desde luego el no encarar el “por qué” de una situación, no es otra cosa que dejarnos seducir por el presente inmediato, por el llamado “presentismo” que describe superficialmente solo las coyunturas sin ningún vínculo con el pasado. Por lo tanto, vale la pena recordar lo que declara la ALAIC sobre esta línea de estudio:

Historia de la comunicación recoge tres grandes líneas de trabajo: la historia de la comunicación, la historia de la formación del pensamiento en comunicación con especial énfasis en América latina y los procesos de enseñanza, divulgación y apropiación de la historia de la comunicación. Este grupo supone una relación compleja entre historia y comunicación la cual exige hacer una mirada de la historia desde y sobre la comunicación como factor fundamental. Aparte de construir y dialogar acerca del acumulado de historias nacionales en cada uno de los países, sus medios, prácticas y procesos de comunicación, el GT busca promover el desarrollo de historias conectadas e historias comparadas que permitan asumir un contexto más amplio para el pensar histórico desde la comunicación. El proceso reciente obliga también a ocuparse de la construcción de bancos de memoria, repositorios y redes de historia de la comunicación así como debatir sobre las metodologías para la investigación en este campo (2014).

- Los temas tradicionales de las ciencias de la comunicación de la década de los setenta del siglo XX se mantienen aún vigentes en los tres últimos congresos de ALAIC; estos son, a saber: estudios sobre periodismo, discurso y comunicación, comunicación y estudios socioculturales, comunicación y educación, comunicación organizacional, comunicación política y medios.
- Observamos también que la línea Estudios de recepción de las audiencias y prosumidores no figura entre los grupos de interés temático de los congresos recientes. Hay que puntualizar que si no conocemos a las audiencias de los medios, a los prosumidores de las redes sociales, a los ciberlectores, no es posible desarrollar pedagogías mediáticas y digitales ni políticas públicas en el campo de la educación, cultura y comunicación.
- Las líneas de trabajo Comunicación digital y Comunicación y educación sobresalen en los congresos de ALAIC 2014-2016. Es lógico que ello suceda de esta manera. Son campos de estudio que se complementan entre sí para facilitar el examen de las mediaciones culturales y videotecnológicas con fines pedagógicos. En esta orientación, cabe destacar 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).
- Por otra parte, observamos que en la ALAIC se ha retomado la discusión sobre la comunicación alternativa, la folkcomunicación, la comunicación organizacional y el valor de la ética en una sociedad mediada por Internet y tecnologías de avanzada.

- 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 recientes de la ALAIC:

1.- Epistemología. En los 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. También se proyectan aportes 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).

2.- Teoría. Es necesario afrontar las 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 las teorías los problemas empíricos, visión muy especializada del conocimiento que impide comprender procesos integrales.

3.- Metodología. Se requieren 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).

- En los congresos se constata que hay escasas ponencias y referencias bibliográficas sobre teoría y metodología de la comunicación. Como ha venido insistiendo Hernández D. (2013): urge debatir sobre el estatuto epistemológico y vertientes metodológicas del campo de la comunicación, a partir de estos 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). No se puede afirmar que la investigación en comunicación en la región durante el período 1998-2012 haya generado teorías inéditas a partir de la influencia de autores fundamentales del pensamiento latinoamericano. Por lo tanto, hay que tomar consciencia de que el alcance deontológico y hasta pedagógico de cualquier teoría radica en cumplir con el propósito de “hacer saber” de manera crítica la realidad que nos interpela (Serrano, 2011).

- Las líneas de trabajo que se han ido posicionando gradualmente en la ALAIC durante el período 2012-2018 son, a saber: Comunicación para la salud. Comunicación y ciudad. Economía política de las comunicaciones. A pesar de que en los últimos congresos de esta asociación estas líneas de trabajo, precisamente, no han ocupado puestos distinguidos en los grupos de trabajo (Véase Cuadro 8).

Veamos en qué consisten estas líneas de estudio. Según Alcaray<sup>5</sup> tres son las cualidades de la investigación sobre la comunicación para la salud: 1. Es un área de investigación aplicada. 2. Tiene pertinencia social. 3. Es una disciplina interdisciplinaria. “Provee un contexto excelente para poner a prueba y aplicar teorías y principios sobre la comunicación social”. Los conocimientos en salud deben ser asequibles y divulgativos para personas no versadas. Es un campo interdisciplinario: confluyen disciplinas provenientes de la psicología social, sociología, medicina, epidemiología, antropología y salud pública, además de la comunicación social.

También se piensa la ciudad latinoamericana desde las mediaciones sociales y videotecn-

## DOSSIER

lógicas. Se habla de Smart City o de la ciudad inteligente en diversos ámbitos: seguridad, salud, e-gobierno. La ALAIC informa que esta línea de trabajo se ocupa de un amplio abanico de temáticas:

Que convergen entre la comunicación y la ciudad, dimensiones de la cultura urbana, procesos de subjetivación y las dinámicas mediacionales. Las cuestiones relativas a las concepciones del espacio público, del lugar antropológico, las prácticas cotidianas, según diversos tipos de dinámicas sociales y políticas que directa e indirectamente inciden en la vida urbana<sup>6</sup>.

No es un tópico la Economía Política de la Comunicación. Aun cuando es necesario contar con investigaciones empíricas que develen las relaciones de poder económico y político que se gestan en los medios tradicionales y de las industrias infomediáticas. Según Mosco<sup>7</sup> esta línea de estudio: “[...] se ha destacado por su énfasis en examinar el significado de las instituciones, especialmente empresas y gobiernos, responsables por la producción, distribución e intercambio de las mercancías de comunicación y por la regulación del mercado de comunicación.” Otros de los temas que se discuten en esta línea de trabajo, es la llamada “neo-tevé” en

la sociedad red, el neoliberalismo y la privatización de las telecomunicaciones, la estructura democrática de los medios masivos, la influencia de las tecnologías de avanzada en las industrias culturales.

► Perspectivas de este trabajo. Finalmente, los diagnósticos integrales que refieren a la producción científica en comunicación reportada por la ALAIC durante el período 1998-2021, son de enorme utilidad académica ya que nos permiten:

1. Conocer cuáles han sido los problemas clave de orden teórico, metodológico y epistemológico al momento de construir el objeto de estudio.

2. Conocer las tendencias y perspectivas del estado de la cuestión en el campo de la comunicación. El examen bibliográfico y documental nos permite visualizar: “[...] cuáles serían las perspectivas a futuro para precisar hacia dónde vamos, qué es lo deseable y lo posible en el campo de la investigación de la comunicación región” (2006, p.142).

3. Establecer sinergia *online* con los grupos de trabajo de la ALAIC y las instituciones universitarias en el ámbito internacional para incentivar la investigación, docencia y exten-

**CUADRO 8**  
**PONENCIAS DE LOS GRUPOS DE TRABAJO DE LA ALAIC. PERÍODO: 2014 AL 2018.**

Grupo de trabajo (GT)	Denominación de los Grupos de Trabajo	2014		2016		2018		Promedio
		Grupos de Trabajo (Ponencias)	%	Grupos de Trabajo (Ponencias)	%	Grupos de Trabajo (Ponencias)	%	
1	Estudios sobre periodismo	51	8%	58	9%	50	8%	8%
2	Comunicación digital, Redes y procesos	50	7%	58	9%	49	8%	8%
3	Comunicación y educación	49	7%	49	7%	48	8%	7%
4	Comunicación y Estudios Socioculturales	48	7%	46	7%	42	7%	7%
5	Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas	48	7%	44	7%	40	7%	7%
6	Comunicación popular, comunitaria y ciudadanía	47	7%	39	6%	39	7%	7%
7	Discurso y Comunicación	44	6%	36	5%	37	6%	6%
8	Comunicación política y medios	41	6%	34	5%	34	6%	6%
9	Comunicación publicitaria	41	6%	32	5%	31	5%	5%
10	Comunicación Intercultural y Folkcomunicación	39	6%	32	5%	27	5%	5%
11	Comunicación y Ciudad	31	5%	32	5%	26	4%	5%
12	Comunicación, tecnología y desarrollo	30	4%	31	5%	25	4%	4%
13	Comunicación para el cambio social	28	4%	31	5%	23	4%	4%
14	Comunicación y salud	28	4%	29	4%	23	4%	4%
15	Teoría y metodología de investigación en comunicación	28	4%	28	4%	21	4%	4%
16	Historia de la Comunicación	28	4%	22	3%	21	4%	4%
17	Ética, Libertad de Expresión y Derecho a la Comunicación	24	4%	21	3%	20	3%	3%
18	Estudios de recepción	24	4%	20	3%	19	3%	3%
19	Economía Política de las Comunicaciones	-	-	17	3%	17	3%	3%
Total		679	100%	659	100%	592	100%	



sión en pregrado y posgrado. Hoy en día la ciber-investigación brinda la posibilidad de intercambiar con las comunidades científicas a escala planetaria.

#### 4. Formar investigadores en las escuelas de comunicación latinoamericanas:

No se puede desconocer en este proceso de evaluación el hecho de que en la formación general del comunicador social desde su pre-grado, las actividades de investigación han ocupado un lugar secundario en relación con las actividades de formación profesional. (Pineda: p.147)

Por último, es conveniente 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.

#### 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 DÍAZ

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.

#### Notas

- 1 Véase: <https://www.alaic.org/site/?lang=pt-br>
- 2 Este texto fue extraído de manera literal de este enlace: <https://www.alaic.org/site/?lang=pt-br>
- 3 Véase: <https://www.alaic.org/site/congreso-alaic-2018/>
- 4 Véase: [https://www.researchgate.net/publication/329659749\\_La\\_comunicacion\\_decolonial\\_-\\_RLCC\\_ALAIC](https://www.researchgate.net/publication/329659749_La_comunicacion_decolonial_-_RLCC_ALAIC)
- 5 Véase: <https://www.scielosp.org/article/rpsp/1999.v5n3/192-196/#back>
- 6 Véase: <https://www.alaic.org/site/grupos-de-trabalho/gt15-comunicacao-e-cidade/>
- 7 Véase: <https://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/CIYC0606110057A/7274>

#### Referencias

- AGUIRRE, J. M. (2011): "Prácticas teóricas de comunicación en Venezuela". En: revista *Comunicación* N° 155, 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, Felafacs.
- HERNÁNDEZ DÍAZ, Gustavo. (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.
- (2020). "Pedagogías digitales y narrativas transmedia". En: revista *Comunicación* N°192, Centro Gumilla.
- MARTÍN-BARBERO, J. (1999): "¿Para dónde va nuestra investigación? Comunicación fin de siglo". En: revista *Comunicación* N° 107, Centro Gumilla.
- OROZCO GÓMEZ, G. (1997): *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*. Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario.
- PASQUALI, A. (2007): *Comprender la comunicación*. Gedisa.
- PINEDA, M. (2006): "La investigación de la comunicación en América Latina: evaluación del estado de la cuestión". En: *Opción*, N° 50, Universidad del Zulia.
- 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. [http://alaic2012.comunicacion.edu.uy/sites/default/files/gt9\\_rizo\\_marta.pdf](http://alaic2012.comunicacion.edu.uy/sites/default/files/gt9_rizo_marta.pdf)
- RODRIGO ALSINA, M. (2001): *Teorías de la comunicación: ámbitos, métodos y perspectivas*. Aldea Global.
- 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.
- 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.