



FLEXIBILIDAD Y TRANSDISCIPLINARIEDAD.
ESTUDIO DE TENDENCIAS DISCIPLINARES EN COMUNICACIÓN SOCIAL*
Flexibility and Transdisciplinarity Disciplinary
study of trends in social media and communication

*Julián Andrés Burgos Suárez***
*Orlando Rodríguez García****

* Artículo resultado de revisión bibliográfica realizado en el marco de los estudios de tendencias de la disciplina de la Universidad Católica de Pereira.
** Profesor Facultad de Ciencias Sociales, Humanas y de la Educación, Universidad Católica de Pereira. Contacto: julian.burgos@ucp.edu.co
*** Docente catedrático de la Universidad Católica de Pereira. Docente de planta de la Universidad Libre Seccional Pereira.
Contacto: orlando.rodriguez@ucp.edu.co

RESUMEN:

Se presentan los resultados del estudio de tendencias en comunicación, elaborado en el marco de los estudios de tendencias disciplinares que realizó la vicerrectoría académica de la Universidad Católica de Pereira, como parte del desarrollo del plan estratégico de la universidad “Sirviendo a la Verdad” en su proyecto vital: Formación, Pedagogía y Currículo. En este estudio se analizan las tendencias teóricas y prácticas del campo de la comunicación encontradas después de una revisión documental en revistas científicas y repositorios de organizaciones e instituciones vinculadas con la comunicación y con la formación superior, en el contexto nacional e iberoamericano. Se explica cómo la flexibilidad y la transdisciplinariedad son las características diferenciadores del campo comunicacional, tanto en su reflexión teórica como en su práctica disciplinar.

PALABRAS CLAVES:

Teoría e investigación, práctica comunicativa, comunicación organizacional.

ABSTRACT:

This paper provides the main findings of a trends’ study in communication. It was evolved within the frame of a disciplinary trends’ study by the Academic Vice-rectory at the Catholic University of Pereira. It is involved in the strategic plan of the University ‘Serving to the Truth’ such as vital project: ‘Formation, Pedagogy and Curriculum’. This study analyzes theoretical and practical trends within the communication field; which were found after a documentary and literature review in academic journals and repositories in organizations and institutions linked to communication area and to high education in the national and Ibero-American context. It explains how flexibility and transdisciplinary are the main particular features within the communication field in the both the theoretical approach and the disciplinary practice.

KEY WORDS:

Theory and researching in social communication, communicative practice, organizational communication.

FLEXIBILIDAD Y TRANSDISCIPLINARIEDAD. ESTUDIO DE TENDENCIAS DISCIPLINARES EN COMUNICACIÓN SOCIAL

Para citar este artículo: Burgos, Julián (2015). "Flexibilidad y transdisciplinariedad. Estudio de tendencias disciplinares en comunicación social". En: Revista Académica e Institucional Páginas de la UCP, N° 97: p. 41-54

Primera versión recibida el 10 de marzo de 2014. Versión final aprobada el 2 de marzo de 2015

Los Estudios de tendencias disciplinares en la UCP

La Universidad Católica de Pereira considera que una de las características principales de sus propuestas formativas, tanto de pregrado como de posgrado, es la pertinencia de sus currículos. En consonancia con la Declaración Mundial sobre la Educación Superior, la UCP considera que la pertinencia se juzga en el aporte que hace la universidad al mejoramiento de las condiciones de vida, en donde la calidad, la equidad, la responsabilidad social, la diversidad y el diálogo intercultural, son las áreas que señalan que su misión se realiza, en deuda con la sociedad, antes que con el mercado (UCP, 2013).

La UCP entiende que los currículos deben ser pertinentes, lo que significa que permanentemente deben estar revisando sus propósitos, contenidos y competencias, para ofrecer a la formación de profesionales unas propuestas educativas que permitan colmar las expectativas de sus estudiantes, satisfacer las necesidades del entorno, actualizar los avances de los campos disciplinares y cumplir, en definitiva, su misión como universidad.

Para ello, la UCP realiza los estudios de tendencias disciplinares en donde se reelaboran los estados

del arte que evidencian corrientes dominantes y en debate dentro de las disciplinas, los giros teóricos y epistemológicos que evidencian crisis teóricas, tensiones entre la práctica y la teoría, nuevos desarrollos metodológicos y profesionales, así como los diálogos que se establecen con otras disciplinas. Del mismo modo, el estudio de tendencias propone revisar el tema de la enseñabilidad de la disciplina, como una clara preocupación pedagógica que ha asumido la UCP en procura del cumplimiento de su misión (UCP, 2013).

Dado lo anterior, el programa de Comunicación social-periodismo, de la Facultad de Ciencias Humanas, Sociales y de la Educación, elaboró el estudio de tendencias disciplinares de acuerdo con la metodología establecida por la institución, y cuyos resultados se presentan en este artículo. Para ello, y entendiendo las particularidades del campo, se hizo una pesquisa en las principales revistas nacionales y latinoamericanas indexadas, sobre los temas de investigación y de reflexión allí presentados en los últimos cinco años en forma de artículos resultados de investigación y de artículos de revisión teórica sobre diferentes aspectos de la comunicación¹. Esto se contrastó con lo presentado en el informe de Tendencias Disciplinares del campo de la comunicación, realizado por la profesora Elba Mónica García

¹ Las revistas analizadas fueron: Signo y Pensamiento y Palabra Clave en Colombia, y Comunicación y Sociedad, y Diálogos de la comunicación del ámbito iberoamericano. Si bien estas revistas no agotan el variado espectro de publicaciones sobre el campo de la comunicación, son las más reconocidas y consultadas, por ese criterio se escogieron.

Bustamante en el año 2010, sobre el cual el presente artículo da continuidad a alguno de sus hallazgos y se proponen otros nuevos, al tiempo que recomienda su lectura para una comprensión más completa de lo propuesto.

Se tuvo en cuenta el documento “Mapa de los centros y programas de formación de comunicadores y periodistas en América Latina y el Caribe”, realizado por la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (Felafacs) con el auspicio de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco). Fueron importantes los documentos editados por la Asociación Colombiana de Facultades y Programas Universitarios de Comunicación (Afacom): “Tensiones entre el campo de la comunicación y la formación de Competencias y Reflexiones sobre el campo de la comunicación”, que recogieron las memorias de los encuentros regionales de Afacom. Una última fuente importante de información, se recolectó de los sistemas de información del Ministerio de Educación Nacional, específicamente del SNIES, sobre el estado de las ofertas de formación pre y pos gradual de comunicación en el país.

Los hallazgos aquí presentados muestran las tendencias del campo de la comunicación en un contexto nacional e iberoamericano con mayor propiedad, no agotan las discusiones siempre abiertas de una disciplina en constante formación (Maigret, 2005), que se ha caracterizado por ser un campo de confluencias de otras ciencias, no solo en lo que se podría considerar lo epistemológico, sino en lo que concierne a la organización de su qué hacer académico y profesional (Torrice, 2007).

Principales corrientes en debate en el campo de la comunicación

Una revisión de los paradigmas y corrientes teóricas dentro del campo de la comunicación no coincide plenamente con las tendencias paradigmáticas que orientan el universo más amplio de las ciencias sociales. La presente revisión de la situación del campo se suscribe a la tendencia actual, sin detenerse en la revisión de las tradiciones históricas que han elaborado el amplio catálogo de teorías de la comunicación, y que se nutren de los principales paradigmas de conocimiento de las ciencias sociales: empírico-analítico, histórico hermenéutica, y crítico social (Cooren, 2012).

En ese sentido, el estudio de tendencias de la disciplina da cuenta del paradigma que en el período de estudio se considera la corriente dominante, frente a lo cual vale la pena decir, que en el escenario iberoamericano, la corriente dominante se inscribe en el paradigma histórico hermenéutico y crítico social –en dicho orden-, y mucho menos, en el paradigma empírico analítico. Las principales corrientes en debate en el campo de la comunicación son evidentes en dos tipos de ámbitos. Primero, según los escenarios donde se visualizan: el investigativo y el profesional. Segundo, según las temáticas que abordan: teorías de la comunicación y áreas de acción profesional en crecimiento.

Los debates entre las corrientes teóricas principales se pueden agrupar en dos escenarios distintos. Por un lado, la discusión persistente en los resultados de las investigaciones expresadas en las revistas académicas principales en Iberoamérica, en donde se destacan dos corrientes teóricas: los estudios culturales sobre

comunicación (Maigret, 2005) y la teoría crítica de las industrias culturales (Lozano, 2007). Por el otro lado, hay un escenario en la práctica profesional, donde se pueden identificar dos vertientes de acción. La primera de ellas es la del crecimiento de las teorías en comunicación en las organizaciones, debido a la necesidad latente de administrar el intercambio de información de las organizaciones con sus *stakeholders*. La segunda vertiente es la difusión del uso de los nuevos medios, a partir de la masificación de los dispositivos móviles. A continuación se identifican las subcategorías de los dos ámbitos del debate.

El primer ámbito está relacionado con las tendencias más marcadas en investigación sobre las aproximaciones epistemológicas al estudio de la comunicación. Para este reconocimiento teórico se tiene en cuenta el análisis de contenido documental de las revistas revisadas. A partir de los artículos publicados en estas revistas científicas, entre los años 2008 y 2012, se encontró que el énfasis y la frecuencia de las investigaciones sobre comunicación social – periodismo tiende a destacar los estudios de audiencias, para retroalimentar los procesos de diseño y producción de los medios tradicionales, como radio, cine, prensa y televisión.

De manera más específica, las teorías de los estudios culturales son aplicadas para indagar el nivel de difusión del mensaje entre las audiencias y su papel activo o pasivo, frente a la percepción de la información. Además, se destaca la aproximación teórica desde el estudio de la teoría crítica sobre las industrias culturales, más enfocado hacia la producción del mensaje en los medios tradicionales de comunicación.

El segundo ámbito de debate entre las corrientes más destacadas está en el papel profesional de

los egresados en el sector productivo. Aquí se evidencian dos subvertientes: En primer lugar, el campo de acción del periodismo digital. El cambio en el comportamiento y las rutinas de las audiencias para consumir información ha obligado a los medios de comunicación a abrir una demanda profesional en este campo. Incluso, los medios convencionales emigran a este nuevo medio, a pesar de conservar sus formatos tradicionales en prensa escrita, radio y televisión. La Internet es el punto de encuentro de todos los medios, a través de la convergencia. A su vez, crea una nueva lógica de producción y consumo, con los hipertextos y la adaptación de las interfaces a diferentes presentaciones en dispositivos móviles, como teléfonos inteligentes, tabletas, computadores portátiles, entre otros.

En segundo lugar, la comunicación en las organizaciones complejiza sus procesos y la posiciona como un factor de diferenciación, para lograr los objetivos corporativos. El papel desempeñado por un comunicador en la empresa se diversificó en varios profesionales especializados en diferentes áreas de la comunicación organizacional. Cada vez son más comunes los departamentos de comunicación en las medianas y grandes empresas.

Las corrientes en debate están permeadas por los nuevos medios y la globalización, que le entrega un poder a la audiencia. Antes, eran receptores de la información seleccionada y jerarquizada por los medios tradicionales de la comunicación. Hoy, la audiencia tiene la capacidad de retroalimentar el mensaje, a través de los nuevos medios, adquiriendo el poder ser productores de información. Así, la discusión entre producción y consumo, desde la teoría crítica de las industrias culturales y los estudios culturales, cobran un nuevo aliento. Además,

en el ámbito del desempeño profesional, la globalización y los nuevos medios obligan a las organizaciones a administrar el intenso intercambio de información, para aprovechar las oportunidades y prevenir las amenazas. Los nuevos medios abren un nuevo campo de acción, para los comunicadores sociales – periodistas, a través de nuevos formatos como el periodismo digital. De esta manera, la globalización y los medios digitales impactan tanto el ámbito de la investigación, como el del desempeño profesional.

La corriente dominante en el campo de la comunicación

Los estudios sobre la comunicación social y el periodismo no han tenido una corriente dominante (Afacom, 2009). De hecho, la variedad de campos de acción señala corrientes paralelas, que además se alimentan de perspectivas de la sociología, la psicología, la filosofía, la lingüística, la semiótica y otras áreas relacionadas con los procesos de la comunicación.

La diversidad de los campos de acción en la comunicación social y el periodismo no permite identificar una corriente dominante. Por el contrario, hay varias corrientes, según los formatos y las perspectivas del proceso de la comunicación y si el desempeño es en medios de comunicación o en la gestión de las organizaciones. Las dos escuelas teóricas dominantes en las revistas analizadas son la teoría de los estudios culturales en comunicación y la teoría crítica de las industrias culturales.

Por un lado, la teoría crítica de las industrias culturales se ocupa de analizar los procesos de producción del mensaje (Lozano, 2007, p.57). Allí se incluye la teoría sobre los condicionantes en la producción de contenidos (Lozano, 2007,

p.97). Por ejemplo, los artículos científicos indagan por la caracterización de personajes, las relaciones entre sí o el estereotipo que desempeñan en el escenario representado. Se destacan la problemática por la representación de la mujer, los homosexuales, los desplazados y las comunidades negras, así como situaciones de violencia, convivencia familiar y la relación entre lo rural y lo urbano. Estos elementos son analizados por las investigaciones en las revistas académicas, como insumos para la producción del mensaje, por parte del medio de comunicación.

Por otro lado, la teoría de los estudios culturales ausculto el proceso de consumo de mensajes que circulan por el circuito de las comunicaciones masivas (Lozano, 2007, p.177). Hay una aceptación plena del papel de las audiencias activas con respecto a los medios tradicionales, aún estudiados, pero se destacan también los estudios sobre las audiencias de los nuevos medios (Bonilla, Cataño, Rincón y Zuluaga, 2012). Desde este enfoque, se asumen los estudios sobre las tecnologías y sus usos, dado que estas abren la oferta de información a diferentes medios.

Del mismo modo, la Internet permite comparar la información de diferentes medios, para generar controversia, como una forma de uso y apropiación de mensajes, muy frecuente en los nuevos medios. Además, las redes sociales desvirtúan el carácter pasivo de la audiencia, ya que le otorgan un papel de producción y consumo simultáneo, siendo cada vez más frecuente el uso del término ‘prosumidor’ entre los artículos académicos, para denotar la doble función de los usuarios.

Los nuevos medios también permean las áreas de desempeño profesional y han abierto más

oportunidades en el ejercicio laboral. Desde el periodismo han surgido nuevas subáreas como el periodismo *online*, que explora las herramientas de la Web 3.0, cuya particularidad es la de retroalimentar la información en tiempo real. Sin embargo, la mayoría de los artículos analizados abordan la Web 2.0. La diferencia entre las dos generaciones de Web es la inmediatez en la retroalimentación de los mensajes. La Web 2.0 acepta una retroalimentación en el corto plazo, como en las investigaciones sobre los foros de los lectores de los diarios on-line. Por otro lado, la Web 3.0 exige una retroalimentación instantánea, a través del chat. La comunicación en ambas web está caracterizada por romper la linealidad del discurso, a través del hipertexto. Esas herramientas ofrecen mayor participación al usuario e implican el desarrollo de nuevas competencias en el profesional productor del mensaje, desde el periodismo *online* (Landow, 2009).

Asimismo, los nuevos medios ofrecen mayores oportunidades a las organizaciones, para cumplir con sus estrategias en comunicación organizacional. Por ejemplo, el *community manager* es un papel generado a partir de los cambios en los comportamientos de los *stakeholders*. La migración de las audiencias desde los medios tradicionales a los medios digitales empujó a las organizaciones a cautivar a sus públicos de interés, a partir de las relaciones públicas. Allí el comunicador social se diferencia de cualquier otro usuario de las redes sociales. Las llamadas empresas “puntocom”, o simplemente las que deciden desplegar estrategias de comunicación a partir de la red, prefieren contratar a profesionales en comunicación, con competencias para el desarrollo de contenidos para plataformas virtuales, convergentes o multimediales. Además, los nuevos medios vinculan a la organización con los procesos globales, desarrollados a partir de la comunicación en la plataforma virtual.

Es decir, que el incremento en el uso de los nuevos medios ha sido el fenómeno a estudiar por las corrientes dominantes, ya sean estudios culturales, industrias culturales, comunicación en las organizaciones o nuevos medios de comunicación, de acuerdo con la tendencia en las investigaciones que se revisaron en el presente estudio.

Planteamientos teóricos en discusión

Los paradigmas teóricos de la comunicación no se relacionan de manera secuencial, sino que cohabitan. Cada vez nuevas perspectivas se suman a la constelación teórica del estudio de la comunicación. Desde cada paradigma se intenta estudiar el fenómeno del cambio de papel de las audiencias, como receptoras a coproductoras del mensaje (Bonilla et. al., 2012).

La tendencia en las investigaciones, en lo que concierne a los planteamientos teóricos sobre en el estudio de los medios de comunicación, se concentran en el poder de las audiencias. Aun cuando se aborda el problema de la construcción del mensaje y de los procesos de producción en comunicación, se mira a la audiencia como factor interviniente o como objeto concreto de estudio. La investigación sobre las audiencias ha evolucionado con el papel que desempeñan. Ya no están condicionadas a recibir la información con el enfoque elegido por el productor del medio de comunicación, sino que tienen el poder de responder e indagar y convertirse también en productores de los medios de comunicación.

A partir del posicionamiento de las audiencias, el comunicador en su desempeño profesional debe ser un comunicador integral, capaz de desenvolverse en diferentes medios. Por ejemplo, si es un periodista, no puede limitarse a escribir bien, o a ser un buen realizador

audiovisual. Los nuevos medios lo obligan a saber elaborar un mensaje en los diferentes formatos y a complementarlos entre sí, para llegar a la audiencia en los diferentes escenarios abiertos por los nuevos medios.

Hay despliegue teórico importante dedicado a la comprensión de las audiencias. Sus comportamientos han evolucionado y se desligaron de su papel como receptores; ahora tienen la capacidad de retroalimentar el proceso de comunicación. Además, consumen diferentes y variados medios; por lo tanto, tienen la habilidad de comparar y contrastar la información. Esta transformación de las audiencias es estudiada por todos los ámbitos de investigación en las diferentes áreas de desempeño profesional, ya sea periodismo, producción de radio o televisión, comunicación organizacional, entre otros.

Giros teóricos y epistemológicos en la comunicación

Los campos de estudio y aplicación de la comunicación son diversos. Sin embargo, hay dos áreas de desempeño profesional emergentes que están impactando la comunicación, tanto en lo investigativo como en lo profesional: el periodismo digital y las vertientes de la comunicación organizacional. Del mismo modo, hay una distancia entre los intereses investigativos de los académicos de la comunicación y las prácticas profesionales de los comunicadores.

Crisis en los paradigmas vigentes y nuevos desarrollos teóricos y metodológicos

Las investigaciones teóricas y la práctica profesional se distancian en dos contextos distintos. Por un lado, la tendencia dominante en la investigación la componen los estudios de consumo, uso y apropiación de los mensajes por

parte de las audiencias. Pero está emergiendo la investigación sobre las industrias culturales en el siglo XXI, desde la perspectiva de la economía política, y desde las nuevas formas de producción para la convergencia y de interacción con los usuarios, que realizan el tránsito hacia la categoría de industrias creativas. Un ejemplo de ello lo constituye el hecho de que los investigadores del periodismo indagan los nuevos papeles del periodista en la era de la información y las conversaciones en las redes sociales, *blogs* y otros sitios en Internet.

El periodismo digital aparece como un tema que dinamiza las propuestas de investigación en las ciencias de la comunicación de dos maneras: primero, preguntándose por el papel del periodista en la era de la información y las conversaciones, donde cualquier persona puede informar de manera inmediata sobre diferentes temas en cualquier lugar del mundo; y segundo, sobre cómo abordar las audiencias que asumen el papel de productoras.

El papel del periodista frente al hecho de que cualquier ciudadano puede convertirse en un reportero por la masificación de dispositivos móviles, ha generado la discusión sobre la necesidad y pertinencia del periodista. ¿Cuál es el papel del periodista en la era de las redes sociales y los medios virtuales, cuando todos los usuarios son informadores en red? ¿Cómo debe ser presentada la emisión de los noticieros y la edición impresa de los diarios, si los televidentes y lectores ya han recibido la información suficiente y variada, a través de las redes sociales y los *blogs*?

Las respuestas propuestas por los investigadores a esta cadena de preguntas se basan en la diferenciación del profesional, a través de las competencias comunicativas, como la

articulación de un discurso lógico y analítico de la realidad que se describe en los medios virtuales. Así mismo, el uso de las nuevas tecnologías por parte de los actores involucrados en el proceso de comunicación ha motivado a los investigadores a conceptualizar los nuevos procesos de comunicación y abrir camino con un nuevo marco teórico, más ajustado a las especificidades de este fenómeno. Categorías como periodismo ciudadano, periodismo virtual, *community manager*, medios digitales, comunidades virtuales, prosumidores, bloguer, nuevos medios, convergencia de medios, hipertextos inician una constelación teórica, debido a las limitaciones de las escuelas tradicionales de la comunicación para responder a estos nuevos procesos.

El área de los medios virtuales y sus ramificaciones marca el nuevo desarrollo teórico que permea todos los procesos de comunicación, como los medios de comunicación, la comunicación pública y la comunicación en las organizaciones. Pero las nuevas tecnologías no solo se constituyen en el nuevo campo de reflexión teórica y práctica investigativa, sino que el uso de las nuevas tecnologías y los cambios en el comportamiento de los usuarios, productores y consumidores, implica también transformaciones en la realización mediática. Las investigaciones concluyen que la transformación de los formatos, actores y procesos de comunicación, antes de dejar obsoleto el desarrollo investigativo y profesional de la comunicación, justifica aún más su estudio, para comprender los nuevos objetos de investigación con nuevas categorías de análisis.

El comunicador usuario y administrador de redes de información en organizaciones y medios de comunicación se abre como un nuevo campo de acción. La novedad atrae las investigaciones de sus diferentes rasgos y es

la constante en las diferentes subvertientes teóricas y especializaciones en la comunicación, gracias a su condición transversal y diversidad en las aplicaciones. Así, se puede llegar a la idea de que el comunicador social es un profesional pertinente en la sociedad, para comprender y administrar el volumen de información bruta que circula por las diferentes redes y medios de comunicación.

Por otro lado, avanzan las prácticas sobre el desempeño profesional en el campo del periodismo y la comunicación en las organizaciones. Allí se evalúa la efectividad de la comunicación en las organizaciones en temas específicos como identidad, imagen o reputación de las organizaciones. Pero no son recurrentes las investigaciones sobre el campo organizacional, a juzgar por el número de investigaciones realizadas en este campo en las revistas analizadas.

Sin embargo, pese al poco número de investigaciones en comunicación organizacional, en relación con el desempeño profesional que tiene este campo, hay una mayor madurez en la construcción teórica. La comunicación organizacional es un área del conocimiento que estando aún en construcción, ha logrado desligarse de las teorías de la administración, diferenciando categóricamente conceptos como comunicación organizacional, corporativa, institucional, estratégica, entre otros. Pero paradójicamente, la diferenciación conceptual no se corresponde con la práctica, en la que dichos subcampos no parecen claramente distanciados.

La conceptualización de las ciencias de la comunicación continúa en construcción. Los investigadores toman elementos de áreas afines de las ciencias sociales, para nombrar y

comprender nuevos fenómenos comunicativos. Esto, que ha sido una constante desde los primeros intentos por construir un campo o un pensamiento comunicacional (Maigret, 2005), es una característica que se repite ahora sobre los nuevos objetos de reflexión e investigación, afirmando el carácter transdisciplinar de la comunicación (Afacom, 2013).

La investigación se aproxima a los nuevos problemas de la comunicación a través de una evolución en los métodos de investigación. Los tradicionales métodos cualitativos y cuantitativos son complementados, a través de los métodos comparativos. Las investigaciones tienden a tomar mano de la comparación en dos tipos: por un lado, se estudian dos casos similares en busca de diferencias críticas, que lleven a resultados distintos. Por otro lado, se comparan casos distintos con puntos críticos, que los llevan a resultados similares.

Los métodos comparativos toman herramientas de los métodos cualitativos y cuantitativos. Así, la descripción y análisis de los casos se aprovechan de narrativas con estudios profundos de casos individuales, para luego comparar sus categorías de análisis, que pueden ser mezcladas con variables cuantitativas. Por ejemplo, el estudio de audiencias analiza rasgos intervinientes, apoyado en datos estadísticos, que alcanzan a tomar regresiones, extrapolaciones y operaciones estocásticas.

La articulación de categorías con variables, relaciona los fenómenos de comunicación desde las variables independientes, interviniente y dependiente, para hallar los puntos comunes y los puntos diferenciadores entre dos casos de estudio. El método de investigación comparativo ratifica el fortalecimiento de la ciencia de la comunicación, a partir de la adopción del

desarrollo conceptual y metodológico de otras áreas, gracias a su condición transversal.

Avances en el trabajo conjunto con otras disciplinas

Ahora bien, se ha mencionado anteriormente el carácter transdisciplinar de la comunicación; por tal razón, su relación con otras disciplinas es inevitable. Su aplicación depende de la interacción que tenga con los diferentes procesos sociales. La comunicación es una necesidad universal y está presente en todas las relaciones humanas. Esto implica la capacidad para interactuar con otras ramas del conocimiento.

Las teorías de la comunicación son el resultado de la adopción de precisiones teóricas de otras ciencias. A pesar de su desarrollo teórico, aún las investigaciones toman elementos de otras áreas del conocimiento para aproximarse a los objetos de estudio. Las ciencias sociales son una fuente metodológica y conceptual que permite irrigar a la ciencia de la comunicación, gracias a su flexibilidad.

El análisis de los estudios sobre los contenidos de los productos comunicativos es un ejemplo de la transdisciplinariedad en el estudio del fenómeno comunicativo. Los estudios de audiencias se vinculan con el análisis sociológico. Por ejemplo, la sociología es adoptada para comprender la representación de las relaciones entre los personajes, que se exhiben en el mensaje. Así mismo, la psicología aporta los estudios sobre la percepción y el comportamiento del consumidor, que fortalece las investigaciones sobre consumo de medios o diseño de estrategias en relaciones públicas con los *stakeholders* en la comunicación organizacional.

En términos generales, la comunicación madura poco a poco en su construcción conceptual. Sin embargo, no se desliga de la adopción de otros escenarios teóricos y metodológicos. No abandona su condición transversal, para interactuar con otras ramas del conocimiento.

Reflexiones sobre la enseñabilidad de la comunicación

El profesional de la comunicación social y el periodismo requiere ser formado de manera integral, para desenvolverse en los diferentes contextos de los procesos de comunicación. El amplio rango del campo de acción de la comunicación social no permite limitar la formación profesional a unas características parciales. Este objetivo requiere diferenciar al comunicador con las competencias que le permitan apropiarse de la gestión de la comunicación, ya sea en medios de comunicación, la comunicación pública o la comunicación organizacional.

La enseñabilidad de la comunicación social y el periodismo debe fortalecer la formación por competencias comunicativas (Afacom, 2013); esto diferencia al comunicador de los actores de la comunicación. Todas las personas se comunican; sin embargo, no todos administran los mensajes de manera estratégica, para lograr un fin, con base en elementos científicos. Una revisión de los propósitos de formación de los programas de comunicación social en el país, lleva a establecer que las competencias comunicativas más trabajadas en la formación de comunicadores sociales son tres: la competencia interpretativa, la propositiva y la argumentativa. La competencia interpretativa le permite al comunicador social – periodista desenvolverse en diferentes escenarios. Un comunicador asume todos los elementos que le rodean como textos.

Las personas, los paisajes, los comportamientos, los fenómenos sociales son susceptibles de ser leídos en términos de comunicación e interpretar el mensaje que contiene.

La competencia propositiva desarrolla en el comunicador la capacidad de ofrecer soluciones a problemas de comunicación, que están presentes en todas las relaciones humanas. Esta respuesta no parte de fórmulas teóricas, sino que es el resultado del análisis del contexto. Porque todos los casos son distintos, a pesar de ser leídos con categorías conceptuales similares. La competencia argumentativa consolida la propuesta del comunicador social – periodista, al razonar el porqué la respuesta es la más pertinente en cada caso. Además, parte de las causas y del análisis descriptivo del problema, para comprenderlo y sugerir con pruebas prospectivas el mejor camino para garantizar un adecuado proceso de comunicación, según los objetivos propuestos.

La aplicación de las competencias comunicativas interpretativa, propositiva y argumentativa debe ser asumida por el comunicador integral. El profesional de la comunicación es capaz de responder en diferentes formatos y construir discursos para diferentes públicos. El aprendizaje en la convergencia de medios, la multimedia y la hipertextualidad es necesario a partir de talleres teórico-prácticos, que le permitan al comunicador social – periodista saber hacer en contexto.

La enseñabilidad en el área de comunicación social – periodismo debe ser flexible, debido a la característica de transformación permanente en los procesos de comunicación, los formatos y los comportamientos de los actores de la comunicación. Asimismo, el comunicador profesional debe diferenciarse de

un actor empírico que comunica, a partir de la administración consciente del intercambio de mensajes. La sociedad requiere comunicadores que articulen la información, para hacerla comprensible en medio de la diversidad de flujos de mensajes en diferentes direcciones, fuentes y contenidos. Esta es la necesidad de formar comunicadores sociales – periodistas.

Conclusiones

Los hallazgos aquí señalados obedecen al estudio de las tendencias en el campo de la comunicación, considerando su constitución teórica y su praxis profesional. Dado que se trata de establecer las tendencias actuales de la disciplina, no se da cuenta de los desarrollos en otras áreas del campo que completan el amplio panorama de aplicabilidad y de conocimiento que tiene la comunicación.

En ese orden de ideas, se trata de un estudio de tendencias, no de un estado del arte de la disciplina. Esto significa que cabe la pregunta por la articulación de las otras áreas de la comunicación como la comunicación para el desarrollo, la comunicación educativa, la comunicación alternativa, entre otras, con las cuestiones arribas presentadas, como las tendencias que se pueden sintetizar en la emergencia de estudios sobre los medios digitales desde la producción y el consumo, y las vertientes de la comunicación organizacional, tanto en la investigación como en la práctica de la comunicación.

Del planteamiento anterior emerge la primera conclusión: la tendencia del campo es a volcarse sobre nuevos objetos de estudio que no provienen de reflexiones teóricas o epistemológicas, sino de los desarrollos de los diferentes campos de actuación profesional de

la comunicación. Esto significa que la agenda de investigación y de reflexión teórica no está liderada por la comunidad académica, sino por los actores que conforman el medio de la comunicación; en otras palabras, no por quienes piensan la comunicación, sino por quienes la hacen.

Esto puede significar un problema desde el punto de vista academicista y teórico, si se piensa que la preocupación por cuestiones emergentes hace que los esfuerzos académicos por teorizar el campo se endosen a la comprensión de fenómenos recientes. Pero desde otra perspectiva, también académica, puede indicar que el campo no se desactualiza, y que permanece dinámico, que cambia al mismo tiempo que sus objetos y problemas de investigación, que es flexible.

Lo anterior genera una segunda conclusión, que confirma una vieja tendencia, si se permite el término. Es claro y hay un consenso en el carácter transdisciplinar de la comunicación. Esto no es nuevo en la reflexión disciplinar, dado que es un campo de conocimiento nacido de otras ciencias, que requiere estar pensándose como tal constantemente. Lo que confirma este estudio es que dicha cualidad de transdisciplinariedad es también la actitud con la cual se asumen los nuevos objetos dentro del campo. En otras palabras, pese a que los objetos cambian constantemente, se mantiene la costumbre teórica de comprenderlos en la articulación (Hall, 1998) de diferentes marcos teóricos. La comprensión de nuevos problemas, ha reforzado el modo transdisciplinar de proceder en su estudio y abordaje, en tanto que se hace cada vez más necesario el diálogo conceptual y metodológico para asir los nuevos problemas que surgen en el campo, ahora en diálogos nuevos con la administración o la teoría de redes, por mencionar algunos.

Si se da continuidad a lo explicado, bien se podría concluir que la flexibilidad y transdisciplinariedad del campo, consecuencia de la emergencia constante de nuevos objetos y problemas de estudio, ha impedido la acumulación de una reflexión teórica continua que garantice la conformación de un paradigma teórico sobre la comunicación (Kuhn, 1992) que permita conferir estatuto de científicidad al campo. Es una tendencia la renuncia o despreocupación evidente por convertir a la comunicación en una comunicología posible. Sus esfuerzos explicativos crecen en comprensión de los fenómenos, más que en el robustecimiento de una teoría de la comunicación. Se evidencia en ello una actitud epistemológica más cercana al modelo de investigación de los estudios culturales, que al de otros campos denominados explícitamente como ciencias sociales.

Es claro entonces, y en ello aparece otra conclusión, que la comunicación viene desplazándose lenta e imperceptiblemente del lugar de las ciencias sociales, al lugar de las disciplinas y profesiones sociales. Esto porque se evidencia como los objetos surgen de la praxis comunicacional hacia la comprensión teórica, impactando las agendas de investigación y las ofertas de formación pre y pos gradual que corren a ponerse al día con las exigencias de los mercados laborales y organizaciones, antes que

con los tímidos adelantos de la reflexión teórica sobre el campo.

Claramente hay una dicotomía entre la investigación y la práctica investigativa, porque la primera corre más rápido que la segunda, en términos de establecer las prioridades curriculares e investigativas en el campo, y porque la segunda no impacta notablemente la práctica (Bonilla et al., 2012). Desde aquí cobra sentido la tendencia en la formación por competencias que impera en el campo.

Esto se da no solo por las necesidades de ajustarse a los lineamientos oficiales en materia de educación superior presentes en el país, sino por la misma naturaleza profesional del campo, el cual está fuertemente constituido desde las necesidades que los oficios de la comunicación demandan. Ante la pregunta por la enseñabilidad de la disciplina, que los términos de referencia exigen a este estudio de tendencias, habrá que responder que queda planteada la inquietud de cómo enseñar un campo de conocimiento caracterizado por la transdisciplinariedad, cómo establecer relaciones entre el enfoque de competencias y la flexibilidad del campo y qué competencias específicas exige el carácter transdisciplinar de un área del saber caracterizada por la constante emergencia de objetos y profesiones.

Referencias

- Afacom (2013a). *Tensiones entre el campo de la comunicación y la formación por competencias. Memoria de los encuentros regionales*. Bogotá: Afacom, Stilo Impresiones.
- Afacom (2013b). *Reflexiones sobre el campo de la comunicación. Memoria de los encuentros regionales*. Bogotá: Afacom, Stilo Impresiones.
- Bonilla, J., Cataño, M., Rincón, O., y Zuluaga, J. (2012). *De Las audiencias contemplativas a los consumidores Nomádicos*. Bogotá: Eafit, Universidad Javeriana, Universidad de los Andes.
- Cooren, F. (2012). Communications theory at the center. Ventriloquism and the communicative constitution of reality. *Journal of Communication*, 62(1), 1-20.
- Felafacs-Unesco (2009). *Mapeo de los Centros y programas de formación en Comunicación y Periodismo en América Latina y el Caribe*. Lima: Felafacs-Unesco.
- García, E. (2010). *Estudio de tendencias disciplinares del programa de comunicación social-periodismo. Documento elaborado para el proceso de autoevaluación, 2010*. Pereira: Programa de comunicación social-periodismo de la Universidad Católica de Pereira.
- Hall, S. (1998). “Significado, representación ideológica. Althusser y los debates postestructuralistas.” En: Curran, J., Morley, D., y Walkerdine V. (1998). *Estudios Culturales y Comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Kuhn, T. (1992). *La estructura de las revoluciones científicas*. Bogotá: Fondo de Cultura Económica.
- Landow. G. (2009). *Hipertexto 3.0. Teoría Crítica y Nuevos medios en la era de la globalización*. Barcelona: Paidós.
- Lozano, J. (2007). *Teoría e Investigación en Comunicación de masas*. México: Pearson Educación.
- Maigret, E. (2005). *Sociología de la Comunicación y de los medios*. Bogotá: Fondo de Cultura Económica.
- UCP (2013). *Estudio de Tendencias de la Disciplina. Términos de referencia*. Pereira: Universidad Católica de Pereira.