Introducción

Nina Aguiar Mariño
Narcisa Medranda Morales
(Coords.)

SciELO Books / SciELO Livros / SciELO Libros

AGUIAR MARIÑO, N. and MEDRANDA MORALES, N., eds. Introducción. In: *Comunicación, desarrollo y política* [online]. Quito: Editorial Abya-Yala, 2018, pp. 9-13. Estudios de la Comunicación series. ISBN: 978-9978-10-498-9. <https://doi.org/10.7476/9789978104989.0002>.

All the contents of this work, except where otherwise noted, is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo o conteúdo deste trabalho, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença [Creative Commons Atribuição 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo el contenido de esta obra, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia [Creative Commons Reconocimiento 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Introducción

Como lo han señalado diferentes investigadores de la comunicación, los estudios en este campo, son relativamente nuevos, en comparación con otras disciplinas históricas de las ciencias sociales y las humanidades (Craig, 2003). En el caso de América Latina los departamentos de comunicación social o de ciencias de la comunicación se constituyeron, en las principales universidades de la región, entre las últimas 3 o 4 décadas. En el mejor de los casos se pasó de los antiguos estudios del periodismo a los estudios de la comunicación, en otras circunstancias la nueva disciplina era incentivada por un conjunto de variados profesores de sociología, literatura, lingüística, filosofía, psicología, entre otras ramas.

El origen diverso de los estudios de la comunicación también se manifiesta, en los múltiples temas de investigación, que le da el sentido de interdisciplinariedad, multidisciplinariedad y transdisciplinariedad en el campo de las ciencias sociales y humanas. Por ejemplo, la UNESCO considera que los estudios de comunicación investigan sobre el

... intercambio verbal y no verbal de ideas e información, este campo cubre un rango amplio de temas como teoría de la comunicación, prácticas y políticas, estudios de medios (periodismo, difusión, publicidad, etcétera) comunicación masiva, opinión pública, discurso, redacción técnica y de negocios, así como relaciones públicas (UNESCO, 2010, p. 204).

El objeto de investigación de los estudios de comunicación sigue siendo motivo de debates especialmente en Latinoamérica, donde la teoría crítica ha tenido una gran influencia para teorizar la comunicación desde perspectivas heterodoxas. En los últimos años se han venido afirmando una serie de postulados interdisciplinarios, multidisciplinarios e incluso existen llamados para abordar las investigaciones desde perspectivas transdisciplinarias (Maldonado, 2012).

Desde Latinoamérica se busca entender la comunicación de manera no rígida ni lineal. Quizá en la región se ha producido la crítica más fuerte a la razón funcionalista, que prima en los estudios de comunicación de Estados Unidos, y que tienen influencia en la mayoría de universidades del mundo. Si bien, los estudios de comunicación fueron conceptualizados inicialmente desde Norteamérica y Europa occidental, en las últimas décadas, desde América Latina se han realizado quizá los aportes teóricos más importantes que han enriquecido la disciplina desde una perspectiva con fuerte énfasis en aspectos sociopolíticos y culturales (Barranquero, 2005).

Según Moragás en América Latina las transformaciones sociales, como problemáticas, en los temas de comunicación han sido aún más visibles que en otros contextos. Esto por las problemáticas políticas, sociales y económicas tanto como culturales, que han dado origen a la liberación de teorías dominantes “construyendo su propia intertextualidad teórica, discutiendo, renovando, descartando teorías” (Moragas, 2011, p. 178).

En este marco presentamos la serie de libros, Estudios de la Comunicación, como parte de una propuesta, organizada por los integrantes del Grupo de Investigación de Comunicación, Desarrollo y Política (CODEPO) de la Universidad Politécnica Salesiana- Sede Quito, integrado por los docentes e investigadores Roberto Sánchez Montoya, Nina Aguiar Mariño, María del Carmen Ramírez Soasti, y Narcisa Medranda Morales; que tiene como objetivo vincular a los estudiantes graduados, a sus tutores y a los docentes de la Carrera de Comunicación.

La serie de libros busca fomentar la discusión, el debate y la producción científica desde diferentes ángulos o perspectivas, ya que se considera que el estudio de la comunicación requiere de la búsqueda del diálogo entre teorías de orígenes diferentes, así como de un pluralismo metodológico que conlleve a la resolución de problemas a través de la investigación aplicada o el desarrollo de ensayos teóricos. Es desde ésta

mirada, que los integrantes del Grupo CODEPO entienden los estudios de la comunicación.

La primera edición de la Serie, Estudios de la Comunicación, tiene por título, Comunicación, desarrollo y política. Este libro, al ser parte de una primera experiencia, incorpora trabajos académicos de carácter diverso que responden no solo a las líneas de investigación propuestas por la Unidad de Titulación de la Carrera, sino también a las líneas de investigación del Grupo de Investigación de Comunicación, Desarrollo y Política (CODEPO).

El compendio, Comunicación, desarrollo y política, está dividido en dos partes; la primera parte articula las reflexiones de docentes e investigadores del área de la comunicación. La segunda parte, consta de reflexiones elaboradas por docentes de la carrera y ex estudiantes de la misma, que han logrado indagar en diferentes temáticas de la comunicación.

El primer artículo, *Desafíos teóricos en la formación profesional de los comunicadores: Aproximaciones al debate desde Ecuador*, considera los desafíos que la Carrera de Comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana, debe asumir para la formación profesional de sus comunicadores. Esta labor teórica de debate, sobre la práctica del profesional de la comunicación, inicia con la necesidad de construir el proyecto de rediseño curricular de la carrera, que, además, responde a los requerimientos de los organismos de regulación y supervisión de la educación superior del Ecuador. El objetivo central de la propuesta es sentar las bases necesarias para la formación de comunicadores con una mirada crítica, capaces de aportar a la solución de problemas a través de la generación de procesos participativos y con la experticia y competencias necesarias para diseñar, ejecutar y evaluar proyectos y productos comunicativos, con contenidos y narrativas inclusivas e interculturales desarrollados en entornos mediáticos convencionales e hipermediales, en un horizonte de diálogo permanente para la transformación y emancipación social, con democracia, justicia, equidad y solidaridad.

El segundo artículo de esta primera parte, *Aproximaciones teóricas de transparencia, en la información pública local de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales del Ecuador* —es importante, porque permite considerar desde dónde se quiere enmarcar el sentido de la reflexión teórica, en relación a la comunicación. Este artículo ofrece al comunicador, herramientas que le permitan transparentar la información en las instituciones públicas, privadas, comunitarias y/u organizacionales; con el objetivo de que ésta sea accesible a la ciudadanía y genere auditoria cívica, eliminando el secretismo en la información pública. El comunicador, debe generar y buscar establecer procesos de transparencia desde su rol en la sociedad. Humanizar la comunicación, de tal manera que ésta no sea utilizada como un marketing político sino que genere mayor posibilidad de participación ciudadana en las acciones de los gobernantes. Este artículo es producto de una investigación más amplia, que se inserta en la metodología del Proyecto Mapa Infoparticipa de la Universidad Autónoma de Barcelona de España.

La segunda parte comprende estudios que se forjaron de un debate interno entre los docentes y exestudiantes de la Carrera de Comunicación. Esta sección contempla tres artículos con diferentes perspectivas comunicacionales.

El tercero artículo, *Representación de la identidad adolescente mediante imágenes de Facebook* investiga sobre el sujeto comunicacional contemporáneo, y cómo éste recrea su identidad a partir de la utilización de las redes sociales. La investigación pretende indagar como los jóvenes usuarios de entre 13 y 15 años de edad representan su identidad mediante las fotografías que publican en Facebook, y cómo se van creando estéticas de representación que influyen en la forma de identificación de los jóvenes.

El cuarto artículo *Representación de la mujer latinoamericana en el cine comercial*, no solo responde a la necesidad de señalar cómo se construye la representación femenina en Hollywood, sino a tomar conciencia que dichas representaciones influyen en la mirada de la mujer

hispana dentro de la sociedad anglosajona e incluso dentro de su propia sociedad. El objetivo principal radica en el análisis e identificación de dichos roles y estereotipos, además de ver qué parámetros promueven el cambio de dichos roles en la mujer dentro de su sociedad y la construcción de la imagen estereotipada en el cine comercial. Derivando indiscutiblemente en la utilización de la imagen de la mujer latina como objeto sexual y sensual.

Finalmente, el texto *Medios de comunicación privados y poder político en Ecuador 2007-2016*, indaga cómo en el Ecuador algunos de los grandes medios de comunicación privados han estado ligados históricamente a los importantes grupos económicos del país. Este nexo, en varias ocasiones, les permitió negociar con el Estado y la función pública para vivir con ellos en avenencia para gozar de una especie de inmunidad o en caso contrario otros medios fueron utilizados como herramientas de presión. En la presente investigación se demuestra los vínculos de los principales medios de comunicación del país con grandes corporaciones privadas, y se describe cómo cambian las reglas de juego con la llegada de Rafael Correa al poder en el 2007. El nuevo gobierno se propuso regular la propiedad de los medios y aprobó la Ley Orgánica de Comunicación.