

# Nuevas Fronteras en la Formación en Comunicación en la Sociedad del Conocimiento: Investigación + Creación, Big Data e Inteligencia Artificial (IA).

## **Mónica Valle**

Colombiana. Doctora Estudios Científicos y Sociales - ITESO -Guadalajara ,México. Magíster en Comunicación - UIA- Ciudad de México. Especialista en Gerencia de la Comunicación- UPB- Medellín. Docente Titular de la Facultad de Comunicación Audiovisual del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid.

Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-1803-1115>

E-mail: [mmvalle@elpoli.edu.co](mailto:mmvalle@elpoli.edu.co)

## **Jaime Alberto Rojas Rodríguez**

Colombiano. Docente de tiempo completo de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño de la Universidad Católica Luis Amigó- Medellín.

Email: [Jaime.rojasro@amigo.edu.co](mailto:Jaime.rojasro@amigo.edu.co)

## **Horacio De Jesús Pérez Henao**

Colombiano. Docente de tiempo completo de la Facultad de comunicación de la Universidad de Medellín. Doctor en Educación.

Email: [hperez@udemedellin.edu.co](mailto:hperez@udemedellin.edu.co)

Orcid : <https://orcid.org/0000-0001-6521-4382>

Los autores declaran no tener conflicto de interés alguno con la revista Punto Cero.



**Valle, M., Rojas, J. y Pérez, H. (2024).** Nuevas Fronteras en la Formación en Comunicación en la Sociedad del Conocimiento: Investigación + Creación, Big Data e Inteligencia Artificial (IA). Punto Cero, año 29 n°48, Julio 2024. Pp 72-83. Universidad Católica Boliviana "San Pablo" Sede Cochabamba.

---

## Resumen

El artículo presenta la reflexión en torno a los retos que se evidencian para la formación y la investigación en comunicación en la región antioqueña de Colombia; esto con base en el estudio “Cartografía de las perspectivas teóricas y escenarios de la formación en comunicación en Colombia en el marco de la Sociedad del Conocimiento” adelantado por la Asociación de Facultades y Programas de Comunicación de Colombia – AFACOM, en alianza con investigadores de todo el país. En relación con la competencia investigativa, uno de los desafíos es la formación para la **Investigación + Creación (IC)**, ya que esta fortalece la intersección entre el arte, la ciencia y la tecnología, a la vez que fomenta el desarrollo de contenidos dirigidos a la apropiación social del conocimiento y los procesos de innovación en diversas áreas que hoy incluyen, en muchos casos, el uso de la **Big Data y la Inteligencia Artificial (IA)**. Otro desafío es transformar la manera tradicional de investigar, esto es - un sujeto distante del objeto- a través de variables y/o categorías pensadas (epistemología tradicional), por otra en la cual el sujeto – investigador, aborda la complejidad de la realidad y abduce categorías (epistemología de la reflexividad). Adicionalmente se presenta el desafío de la integración universidad, empresa, Estado y sociedad.

**Palabras clave:** comunicación; investigación; formación ; investigación + creación; audiovisual.

## CHALLENGES IN COMMUNICATION FORMATION AND RESEARCH WITHIN THE FRAMEWORK OF THE KNOWLEDGE SOCIETY

### Abstract

The text presents the reflection on the challenges that are evident for formation and research in communication in the Antioquia region of Colombia; This is based on the study “Cartography of the theoretical perspectives and scenarios of communication formation in Colombia within the framework of the Knowledge Society” advanced by the Association of Communication Faculties and Programs of Colombia, in alliance with researchers from the whole country. In relation to research competence, one of the challenges is training for Research + Creation (CI) since this strengthens the intersection between art, science and technology, while promoting the development of content oriented to the social appropriation of knowledge and innovation processes in various areas that include, in many cases, the use of Big Data and Artificial Intelligence (AI). Additionally, the challenge of university, business, State and society integration is presented.

*Keywords:* communication; investigation; formation; research + creation; audiovisual.

## Introducción

La Sociedad del Conocimiento, en esencia, trata de una estructura económica y social en la que el conocimiento ha substituido al trabajo, a las materias primas y al capital como fuente más importante de la productividad, crecimiento y desigualdades sociales (Drucker 1994). En esta sociedad los agentes simbólicos basados en conocimiento son dominantes, es decir que los factores cognitivos, la creatividad, el conocimiento y la información contribuyen cada vez más a la riqueza de las empresas. En 1959, Peter F. Drucker, dimensionó a los trabajadores del conocimiento como una nueva capa social. Diez años después, se refirió a lo que se conoce hoy como sociedad del conocimiento.

Para Castell (2005) esa sociedad es diferente de conceptos tales como «sociedad red» y «sociedad de la información» porque se enfoca en que los ciudadanos conformen comunidades en las cuales trabajen de manera colaborativa para gestionar, co-construir y aplicar el conocimiento en la resolución de problemas locales con una visión global, con sentido crítico y compromiso ético, apoyándose en las tecnologías de la información y la comunicación. (Tobón; Guzmán; Hernández & Cardona; 2015).

En este artículo se reflexiona en torno a los retos en la formación y la investigación en comunicación en relación con los desafíos que plantea la sociedad del conocimiento con la región antioqueña. Ello con base en algunos de los datos obtenidos en el proyecto "Cartografía de las perspectivas teóricas y escenarios de la formación en comunicación en Colombia en el marco de la Sociedad del Conocimiento" adelantado por la Asociación de Facultades y Programas de Comunicación de Colombia – AFACOM (2024) [1].

## Marco contextual

El campo académico de la comunicación lo constituyen instituciones de educación superior dedicadas al estudio y enseñanza de este campo de conocimiento. En éste se produce teoría, investigación y se forma a los profesionales. Lo integran subcampos como el científico, educativo y el profesional. (Vasallo, 2002). En sus inicios su formación estuvo influenciada por organismos multilaterales como la Naciones Unidas, la UNESCO y CIESPAL. (Muñoz, 2021).

A lo largo de la historia, la formación en comunicación ha sido objeto de estudio. Pereira, en el año 2005, reflexionó sobre la comunicación social en Colombia, señalando que se trataba de un campo en construcción. Indicó que el contexto de la globalización y la flexibilización laboral incidieron en el diseño de los currículos, en su fragmentación e hiperespecialización profesional.

En el 2012, Jesús Galindo Cáceres, en el Encuentro Nacional de Investigación y XIX Cátedra Unesco de Comunicación en la Universidad Javeriana [2], convocó a diseñar currículos que invitaran a "aprender haciendo", señaló que la comunicación más que un "rollo" es una práctica, un hábito, una estructura cognitiva. Alentó, a pensar el cambio social como una discontinuidad y no como una ruptura [3], a entender que la comunicación popular no es una teoría sino un campo problemático. Expresó que en la nueva cosmología de la comunicación, ésta pasa de objetos a conversaciones por lo que es necesario comprender el mundo lógico de la vida social. Propuso "pensar los medios como espacios de articulación" e "ir más allá de los conceptos de emisores y receptores".

"La comunicación, como campo de estudio y de formación profesional, plantea hoy significativos desafíos. De cara al ejercicio profesional, en particular, ha venido asistiendo a un proceso constante de transformación de la mano de unas lógicas sobrevinientes que traen consigo, a su vez, nuevas formas de entender y dialogar con el mundo desde la enseñanza y el aprendizaje." Así lo expresan Salazar y Martínez en el informe ejecutivo "Profesiones de la comunicación y transformaciones del mundo del trabajo (Afacom, 2020). Por su parte Muñoz (2021), en su *Prospectiva de la formación en comunicación y periodismo en América Latina*, expresa que los nuevos tiempos obligan a una mayor flexibilidad curricular,

---

la presentación de ofertas educativas más innovadoras y arriesgadas, a la priorización de la investigación aplicada a los contextos locales, la apertura y la interdisciplinariedad con otras áreas de conocimiento y la atención de las demandas del contexto y de las organizaciones.

### **Marco teórico**

En referencia a la investigación en comunicación en México, Raúl Fuentes [4] señala que falta una perspectiva internacional de este saber, según sus propias palabras “[la comunicación es] parte de un conjunto de perspectivas que no tienen casi contacto”, indica que “ahora hay un desplazamiento que exige decir cuál es la utilidad social de los profesionales y de la investigación en comunicación así como articular el trabajo universitario con lo social”. En relación con los métodos de investigación, Efendy Maldonado de Unisinos- Brasil, sugiere la problematización de éstos desde la perspectiva transmetodológica [5] y Raúl Fuentes, aboga por enfoques metodológicos multidimensionales.

Para Muñoz (2021) en Latino América, la producción científica del campo de la comunicación tiene poca visibilidad. Argumenta además que es insuficiente el diálogo de este campo de estudio con otros; que la investigación teórica y aplicada es de baja calidad; y es deficiente la transferencia de conocimiento a la sociedad, los programas y sus currículos. (Muñoz, 2021, Pág.23). En cuanto a los temas investigativos, se sabe que en Colombia los de mayor preocupación han sido la globalización en relación con las TIC, especialmente con Internet y sus derivaciones en el campo de la cultura así como los impactos de ésta en la comunicación, la democracia y la paz.

También se indaga al sujeto de la comunicación y su vinculación con los procesos de la recepción crítica, a la educomunicación y la producción de sentido o significaciones sociales; todo ello enmarcado desde una concepción de una ética de la comunicación. Zambrano (2015).

Otros análisis que se han efectuado refieren a los problemas vinculados con la propia carrera y la práctica educativa, donde se abordan propuestas sobre currículo, enseñanza del periodismo y la comunicación; estudios de mercado e imagen de la profesión. Los enfoques teóricos; metodológicos y las revisiones actuales en las ciencias de la comunicación. Los desafíos de la gestión de la comunicación y de la información en las organizaciones modernas tocando temas como comunicación corporativa y gerencia de la comunicación. Zambrano (2015).

En la región antioqueña los subcampos de la comunicación en los que se adelanta más investigación son: comunicación organizacional, estudios socioculturales y educomunicación. Entre los temas emergen de interés investigativo están: comunicación y emprendimiento, comunicación publicitaria, audiovisual, comunicación y desarrollo familiar así como comunicación, tecnología y desarrollo. (Valle, 2017).

### **Metodología**

La implementación de este proyecto, en la región antioqueña, contó con 11 Universidades y un total de 27 programas de formación en el campo de la comunicación en los que se incluyen Pregrado y Posgrado. Se trató de un estudio documental, específicamente del último documento maestro de cada programa de comunicación con el que el Ministerio de Educación de Colombia, otorgó el registro calificado o la renovación de éste. Se aplicó metodología cualitativa de alcance descriptivo - analítico. Se realizó una cartografía conceptual como técnica para la sistematización y análisis de datos. Se diseñaron matrices que permitieron cartografiar aspectos definidos para la formación y la investigación en los programas de comunicación, entre los elementos a observar estuvieron: enfoques, saberes, metodologías, enseñanza y escenarios prácticos de comunicación en la sociedad del conocimiento así como los autores que se refieren en dichos programas.

A partir de lo declarado por los programas se trazó esta reflexión preliminar. En tal sentido se tuvo por objetivo delinear los retos que en términos de formación e investigación tiene el campo de la comunicación en la región antioqueña. Para la reflexión enunciada se utilizó la hermenéutica, en la perspectiva de Ricoeur (1969), en el sentido de que interpretar es extraer el ser-en-el-mundo que se halla en el texto.

La primera socialización del proyecto, esto es avances de datos consolidados a nivel nacional, se realizó solo para los socios de AFACOM, en el marco de su V Congreso de Comunicación, llevado a cabo en Ibagué – Tolima (Colombia) el 14 y 15 de marzo del 2023.

### **Discusión**

En la región antioqueña, se cuenta con programas específicos en comunicación y otros con énfasis en lo social, digital, periodismo, audiovisual, relaciones corporativas, entre otros; siendo la comunicación social la más frecuente. Los programas se ofrecen en instituciones educativas públicas y privadas. Forman a sus estudiantes para desempeñarse profesionalmente en diferentes roles y contextos de la comunicación, lo que incluye desde la creación y producción de contenidos en diversos formatos y medios hasta la gestión de la comunicación.

También se forman para el diseño de proyectos, realización de investigación, aplicación de metodologías para la recolección de datos; creación y gestión de emprendimientos y empresas del sector de la comunicación; el cambio social -y todo lo que este involucra, como la comunicación – educación-; la convergencia de medios y tecnologías. Esta formación incluye el desarrollo de habilidades para la internacionalización y la interculturalidad, la autocrítica y la autogestión, el trabajo colaborativo y en equipo. Liderar procesos de transformación y cambio social.

Se inculcan valores como la responsabilidad social y la ética, siendo esta última, disciplina clave para la creación de pautas de manejo, usos, empleo y desarrollo responsable y seguro, en todo lo que ya está y se aviene en cuanto a tecnología, Big Data e Inteligencia Artificial. La existencia de principios éticos en la investigación desde la relación comunicación - tecnología, coadyuvará sin duda a aumentar los beneficios de ésta, así como a reducir los riesgos que ella pueda llegar a representar.

Los programas de Comunicación de Antioquia entienden ontológicamente la comunicación como diálogo (11), como interacción simbólica y (6) como expresión (3). En este sentido se concibe en interlocución con otras disciplinas y áreas del conocimiento. Se reconoce la comunicación como conocimiento complejo interdisciplinario y transdisciplinar, que requiere comprender y comprenderse en diálogo y en relación con otras disciplinas y saberes. En esta perspectiva la comunicación en esta región se sitúa en conversación permanente con lo transcultural, transmetodológico y transdisciplinar.

En concordancia con la perspectiva Latinoamericana, y siguiendo a Jesús Martín-Barbero, estos programas piensan la comunicación como método de transformación y comprensión de la descolonización, como lugar desde donde se narra el mundo en clave de comunicación (comunidad o diálogo) y se reinventan salidas sociales y humanas. Se rescata la comunicación como práctica social de acción e interrelación, que producen sentido y permite pensar a Latinoamérica y sus diversas narraciones.

Desde este lugar la comunicación es fundamental en la educación y el cambio social. Los medios son aparatos culturales y no solamente tecnológicos que integran una "industria cultural" en la cual la información y la comunicación se tornan mercancía al servicio de la ideología dominante en la sociedad.

---

Los programas estudiados desarrollan el pensamiento crítico como una de las competencias transversales en su formación, lo que indica que las instituciones de Antioquia han empezado a entender los cambios que surgen al pasar de una Sociedad de la Información a una Sociedad del Conocimiento. En la primera se valoraba la recopilación, almacenamiento y distribución de la información a través de las TIC, pero en la segunda, la creación, aplicación y gestión del conocimiento para resolver problemas. Así, entonces, el pensamiento crítico debe ofrecer al nuevo comunicador la posibilidad de mostrar unos resultados de aprendizaje que indican su competencia para evaluar fuentes, analizar datos, examinar narrativas sesgadas, contextualizar problemáticas, tomar decisiones y, entre otras cosas, solucionar problemas complejos.

En esta dimensión se requiere la evolución del **modelo pedagógico** de estos programas, ya que para desarrollar un pensamiento crítico, se necesitan cambios en una pedagogía por procesos y no por contenidos como en el modelo tradicional exógeno. Este modelo, denominado endógeno, parte de la participación, cuyo fundamento es el diálogo. No puede haber participación sin conversación; y menos, sin crítica, porque es a través de éste como los agentes participantes (docentes y dicentes) del proceso endógeno, al expresar sus pensamientos, sentimientos, deseos, necesidades, etc., producen un intercambio de saberes y construyen desde ellos nuevos conocimientos.

La **ética dialógica**, debe ser opción preferencial de interacción y de reconocimiento. Mediante el diálogo se debe propender por una vida más allá de lo orgánico como totalidad: espíritu, consciencia, cultura, sociedad; y un Ethos, con doble significación: como medio ambiente y como ética. La convivencia ciudadana – con el Otro y con lo Otro como mediación. Tal reconocimiento implica ver: el significado del rostro del Otro, su racionalidad y su capacidad para elaborar argumentos y comunicarlos a través de discursos y también desde los diversos escenarios donde el reconocimiento se produce.

Todo lo anterior, debe ayudar a construir contenidos de libertad para la convivencia pacífica y ciudadana, tanto en lo ético como en lo comunicativo, vinculantes tanto para los amigos como para los extraños morales. La ética, desde la comunicación, esto es, desde el diálogo, debe brindar por lo menos visos de verdad y de futuro.

Los programas enfrentan el reto de adaptarse a las **nuevas formas de comunicación y entretenimiento** que son populares en la sociedad actual tales como los videojuegos y el cine, énfasis formativo poco frecuente en los programas de comunicación de la región. Otro de los desafíos que enfrentan es el de **analizar y entender las dinámicas** generadas por las redes sociales, la comunicación digital y las plataformas multimediales en relación con la sociedad y la comunicación; en otras palabras **explorar las nuevas formas y dinámicas de relación e interacción social que surgen debido a los avances tecnológicos**.

También se torna desafío **formar comunicadores para la participación activa y responsable en la vida pública, política, cultural así como para integrar y gestionar** redes temáticas e investigativas, lo que requiere desarrollar la capacidad de **liderazgo**, además de los diestros pensadores, realizadores de piezas, productos y servicios comunicacionales.

Se sabe que los programas de comunicación impactan de manera directa y positiva en sus estudiantes, egresados, profesionales de la comunicación, algunos actores sociales, empresariales y gubernamentales. En perspectiva de futuro deberán **conocer, investigar y desarrollar otros públicos y comunidades** de interés; lo que implica indagar sus problemáticas para brindarles formación o intervención que brinde soluciones comunicacionales a sus necesidades.

En la región antioqueña, especialmente en los posgrados, los programas de comunicación se enmarcan en perspectivas **inter, multi y transdisciplinarias**. En este sentido el desafío actual es la **enseñanza de habilidades** para la acción desde esas formas. Lo que requiere preguntarse por las relaciones de la comunicación con otras disciplinas. A su vez se necesita **expandir el campo de la comunicación** a otras áreas del saber para lograr ángulos diversos a las problemáticas y a la vez explorar nuevas, otras metodologías. Fomentar la integración de conceptos y enfoques de diferentes campos del **conocimiento, comprensión integral y multidisciplinaria de la comunicación**.

A nivel de dichos posgrados, se utiliza la prospectiva como herramienta para pensar el futuro, el reto es enseñar a los estudiantes a **prever y planificar en entornos en constantes cambios**. Esto conlleva a desarrollar habilidades para identificar tendencias emergentes y analizar su impacto en la comunicación, en otras palabras explorar la misma prospectivas.

Aunque en la región antioqueña se hace uso de **tecnologías educativas**, para los programas de comunicación es un constante desafío la actualización de estas debido a los altos costos y rapidez de los avances tecnológicos. En relación con estas tecnologías es necesario continuar **explorando cómo influyen en la comunicación** y de qué manera se pueden utilizar de forma innovadora en la investigación y la práctica profesional. No solo se necesita utilizar herramientas digitales, sino también **adaptarlas a las metodologías de enseñanza para aprovechar al máximo sus ventajas**.

Los programas enfrentan el desafío de establecer un **vínculo efectivo entre las teorías de la comunicación y la práctica profesional**. Es decir no solo enseñar las teorías relevantes, sino también brindar oportunidades prácticas para aplicar esos conocimientos en situaciones reales.

### Reflexión final

Los programas de comunicación de la región antioqueña evidencian un campo de formación con un alto nivel de proyectos e investigadores clasificados, lo que es poco usual debido al alto nivel de productividad y de indicadores que se requieren para clasificar y permanecer categorizado. Reviste también importancia que en la zona se cuente con 4 Doctorados en comunicación, aunque de reciente creación, dan cuenta del desarrollo en este lugar de este campo de conocimiento. En el 2005 en Medellín, capital de Antioquia, sólo se tenía 5 pregrados de comunicación (Pereira, 2005), ahora se registran 11 Pregrados de Comunicación [6]; 12 Programas de Maestría [7] y 4 Programas de Doctorado [8]. Se cuenta con 13 grupos categorizados por el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación – MINCIENCIAS. [9]. De éstos, tres (3) están clasificados en A1, cinco (5) en A, dos (2) en B y tres (3) en C. Integran estos grupos (58) investigadores: (35) Junior, (22) Asociados y (1) Senior. A la fecha no se referencia investigadores eméritos.

En la región, en el sentido que indica Germán Rey (Afacom, 2020), se entiende que los múltiples y variados cambios en la comunicación influyen en la organización de este campo de conocimiento, sus procesos de formación, el rediseño del mundo laboral en el que se desempeñan los egresados de sus programas y lo que se espera de ellos. Hay conciencia de que la sociedad contemporánea presenta una serie de temas y problemáticas que se convierten en retos para los programas de comunicación tanto en el ámbito de la sensibilización como de la formación y la investigación de sus futuros profesionales; entre los temas cruciales se enuncian los asuntos de **género, diversidad, discapacidad, paz, migración, pobreza, medio ambiente, conciencia ecológica, sostenibilidad, divulgación científica, interculturalidad, resolución de conflictos, democracia**, entre otros temas sociales.

Asuntos que emergen con pertinencia relevante en el marco de lo que hoy conocemos como **Sociedad del Conocimiento**. En esta perspectiva el enfoque se desplaza hacia la creación, aplicación y gestión del conocimiento. Aquí, el énfasis recae en la **comprensión**,

---

**la innovación y la capacidad de utilizar el conocimiento para resolver problemas;** promover el desarrollo, los valores de convivencia y el cuidado del entorno que propendan, en últimas, por la construcción de una sociedad más armoniosa en todos sus órdenes. Lo que resulta aún más relevante cuando los programas de comunicación y especialmente los de la región antioqueña se destacan por su interés en el cambio social [10].

Los estudiantes tienen la capacidad de analizar y cuestionar la información que reciben. Lo que es especialmente importante en un entorno donde la desinformación y la manipulación pueden tener un impacto significativo. Sin embargo continúa siendo un **desafío procurar una comunicación más equitativa y ética** lo que implica entre otros aspectos el análisis de las relaciones, estructuras del poder; uso y **análisis Big Data y la curaduría de contenido** (content curator).

En esta línea un reto importante es la **enseñanza y aprendizaje de la ética**, esto es crucial para “garantizar” que la comunicación se ejerza de manera responsable y con impacto positivo en la sociedad. Ética, desde la nueva connotación, el dialogo – también en el sentido de interacción discursiva-. Esa deberá ser la guía, que posibilite la construcción de una sana convivencia.

Otro reto es el **uso y aplicación de la IA** en los procesos de enseñanza y aprendizaje de la comunicación, formar al estudiante **para que utilice eficazmente las plataformas** digitales y las tecnologías de la información en su quehacer profesional y práctica comunicativa, etc.; La **innovación es un reto**, esto implica nuevas formas de contar historias, implementar tecnologías emergentes en la creación, producción de la comunicación y resolver problemas de manera creativa; en consecuencia los programas de comunicación deben estar al día con las **prácticas narrativas contemporáneas**. Esto incluye **explorar cómo se cuentan las historias y se co- crean en un entorno mediático en constante cambio**.

En general, los programas de comunicación, en el caso de la región antioqueña, tienen el desafío de **ampliar sus enfoques temáticos y metodológicos**, incorporar perspectivas más diversas y contemporáneas, y adaptarse a las dinámicas cambiantes de la comunicación en una sociedad en constante evolución. En ese sentido se deben encontrar formas de diseñar currículos y enfoques pedagógicos que sean inclusivos ya sean presenciales, bimodales, On line; etc, apoyados por las TIC y que aborden la diversidad de los actuales temas para que al corto y mediano plazo se disponga de una amplia oferta de enfoques de la comunicación en relación con los asuntos específicos que están impactando el mundo actual. En esta dinámica se debe hacer uso de la internacionalización desde casa [11], del currículo, y el aprendizaje de una segunda lengua.

El desafío en cuanto a la competencia investigativa se alinea con la **investigación- creación**; la realización-creación y la experimentación, utilizando adecuadamente las herramientas y recursos disponibles en la sociedad actual de diversos, complejos públicos y temas. Los retos de los programas de comunicación, caso de la región antioqueña de Colombia incluye mantener y sostener los cambios tecnológicos y mediáticos; colocar el pensamiento crítico al servicio de la transformación social mediante líderes éticos y responsables. La vida humana se construye a partir de su relación con la naturaleza y la interrelación con los demás hombres, haciéndose inconcebible sin la comunicación, la ética y desde hace muy poco, la bioética.

En lo referente a la **Investigación + Creación** algunos de los programas de la región han abierto la opción de que sus estudiantes adelanten procesos de investigación en los cuales los resultados adoptan un carácter sensible (estético) en vínculo con otros asuntos. Ello ha sido, en parte, producto de reflexiones académicas desde las cuales se ha sostenido que la **Investigación + Creación** es propicia para la generación de conocimiento para el país y que, según el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación de Colombia, va más allá de las prácticas de algunas áreas creativas. Este tipo de investigación, además, es un

llamado al trabajo interdisciplinario y transdisciplinario para que impacte en las soluciones de problemas no solo culturales y sociales, sino, también, tecnológicos y económicos, en el marco de la Sociedad del Conocimiento.

La formación para la **Investigación + Creación** implica enseñanza- aprendizaje para crear; diseñar nuevos métodos; experimentar en laboratorios abiertos de co-creación; la aplicación práctica de la investigación además de metodologías interdisciplinarias.

Además de lo anterior el desafío es el de **incorporar las narrativas contemporáneas** tanto en el nivel del proceso de enseñanza aprendizaje como en el ejercicio profesional así mismo **vincular efectivamente la teoría con la práctica**, la incorporación de perspectivas diversas, los nuevos y constantes **modos de ser y estar**. En la formación del comunicador es fundamental el desarrollo de la capacidad de liderazgo. [12].

También se tiene el **desafío de establecer vínculos sólidos con el gobierno, la empresa y la sociedad en general** para garantizar que la formación esté alineada con las necesidades del mercado laboral y las demandas sociales así como con las realidades culturales. También para profundizar en el conocimiento de los contextos regionales y sus problemáticas, la cual se espera se asuman de manera interdisciplinaria y de manera transversal e integral.

## Referencias

Afacom. (2023). *Proyecto "Cartografía de las perspectivas teóricas y escenarios de la formación en comunicación en Colombia en el marco de la Sociedad del Conocimiento"*. Asociación de Facultades y Programas de Comunicación de Colombia – AFACOM.

Afacom. (2020). *Profesiones de la comunicación y transformaciones del mundo del trabajo*. Bogotá: Asociación Colombiana de Facultades y Programas de Comunicación (Afacom).

Castells, M.(2005). *La era de la información (Vol.1): Economía, Sociedad y Cultura*. La Sociedad Red. Alianza Editores.

Drucker, Peter F. (1994). *Post-capitalist Socie*. Routledge.

Freire, P. (2005). *Pedagogía del oprimido (Segunda ed.)*. México: Siglo XXI Editores S. A.

Krüger, K. (2006). El Concepto de "Sociedad del Conocimiento". *Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*. Universidad de Barcelona. Vol. XI, n° 683, 25 de octubre de 2006.

Ministerio de Educación de Colombia. Resolución N° 3457 de diciembre de 2003.

Muñoz, J. F. (2021). *Prospectiva de la formación en comunicación y periodismo en América Latina*. Tesis doctoral.

Ricoeure, P. (1969). *Essais d'herméneutique*, París: Seuil.

Rojas, J. (2017). *Ética, bioética y comunicación: Insumos para la convivencia ciudadana en tiempos de paz*. Ponencia presentada en el V Congreso Mundial y Asamblea General de la Conférence Mondiale des Institutions Universitaires Catholiques de Philosophie, COMIUCAP. Bogotá, Colombia.

Rojas, J. (2020). *Estadios de la relación Bioética – Comunicación desde una perspectiva Latinoamericana*. Ponencia presentada en el XV Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, ALAIC. Desafíos y Paradojas de la Comunicación en América Latina: las ciudadanías y el poder. Medellín.

---

Rojas, J. & Parada, J. (2023) *El diálogo como fundamento ético y moral*. Ponencia, presentada al IV Congreso Internacional de Ética, Ciencia y Educación de la Universidad de Ciencias Aplicadas y Ambientales, U.D.C.A. Eje: Ética y Educación; línea temática. Cartagena, Colombia.

Pereira, J.M. (2005). Reflexiones sobre la comunicación social en Colombia. *Investigación & Desarrollo*. vol. 13, núm. 2, 2005, pp. 412-441. Universidad del Norte, Colombia. Disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/353418288\\_La\\_comunicacion\\_un\\_campo\\_de\\_conocimiento\\_en\\_construccion\\_Reflexiones\\_sobre\\_la\\_comunicacion\\_social\\_en\\_Colombia](https://www.researchgate.net/publication/353418288_La_comunicacion_un_campo_de_conocimiento_en_construccion_Reflexiones_sobre_la_comunicacion_social_en_Colombia)

Pereira, J.M. (2011). Investigación y Trabajos de Grado en Comunicación: Sinopsis y Tendencias. 1985- 1993. Bogotá: Universidad Javeriana, *Cuadernos de Comunicación No 34*.

Tobón, Sergio, Guzmán, Clara Eugenia, Silvano Hernández, José, & Cardona, Sergio. (2015). Sociedad del conocimiento: Estudio documental desde una perspectiva humanista y compleja. *Paradigma*, 36(2), 7-36. Recuperado en 09 de octubre de 2023, de [http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1011-22512015000200002&lng=es&tlng=es](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1011-22512015000200002&lng=es&tlng=es)

Valle, M. (2015). Dimensiones de análisis de la investigación en comunicación: hacia el diálogo metodológico. *Luciérnaga Comunicación*, 3(5), 39-57. <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v3n5a1>

Valle, M. (2017). La Investigación en Comunicación en Antioquia – Colombia (2010-2011). *Luciérnaga Comunicación*, 6(12), 73-91. <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v6n12a5>

Valle, M. (2016). La Investigación en Comunicación Organizacional en Antioquia - Colombia. *Luciérnaga Comunicación*, 7(13), 55-65. <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v7n13a4>

Valle, M. (2024). Internacionalización en Casa en Tiempos de Crisis. En *Experiencias de la Internacionalización en las Instituciones de Educación Superior (IES) en Latinoamérica*. Volumen 2. Capítulo 6. Pág. 128. Editorial Cekar. Disponible en : <https://libros.cecar.edu.co/index.php/CECAR/catalog/view/170/221/3138-1> ; <https://doi.org/10.21892/9786287515420>

Vassallo de Lopes, M.I. & Fuentes Navarro,, R. (2002). Comunicación, campo y objeto de estudio. México: iteso.

Zambrano Ayala, W. R., & Barrios Rubio, A. (2015). Comunicación social en Colombia: estudios realizados y tendencias en líneas de investigación (2006-2013). *Luciérnaga Comunicación*, 5(10), 78-93. <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v5n10a2>

## Notas

[1] Para el estudio se seleccionaron coordinadores en cada una de las regiones del país e investigadores por universidad y programa, encargados de ingresar los datos a los instrumentos diseñados por los investigadores nacionales. Los coordinadores fueron los encargados de realizar los análisis y realizar los informes generales de cada región. Se realizaron talleres para la socialización de conceptos, avances, construcción de categorías y resolución de inquietudes sobre el proceso. La cartografía se realizó con fundamento en los documentos maestros en los que se define cada programa de comunicación. Los investigadores participantes del proyecto fueron asignados por cada universidad o programa, otorgándoles entre 2 y 4 horas por programa. El coordinador regional fue seleccionado mediante convocatoria abierta, con una asignación horaria de 8 horas de trabajo. Todos los investigadores firmaron carta de compromiso ético, en el proceso del proyecto.

[2] «En parte, los cambios que se han dado en la historia de la vida social han sido formas de continuidades, eso lo saben los biólogos, los químicos, los paleontólogos y también lo sabemos los ingenieros sociales...Las rupturas son costosísimas. La revolución solamente sucede como último recurso y cuando sucede el costo es altísimo, se estaría en la línea de la muerte entrópica. Cuando hay una revolución, hay o una terrible adaptación a sus consecuencias o la muerte, la extinción, la desaparición». Jesús Galindo Cáceres. XIX Cátedra Unesco de Comunicación / Encuentro Nacional de Investigación en Comunicación. Universidad Javeriana. Bogotá- Colombia. Octubre 2012. <http://www.javeriana.edu.co/unesco/objetivo.html>

[3] Jesús Galindo Cáceres. XIX Cátedra Unesco de Comunicación / Encuentro Nacional de Investigación en Comunicación. Universidad Javeriana. Bogotá- Colombia. Octubre 2012. <http://www.javeriana.edu.co/unesco/objetivo.html>

[4] Raúl Fuentes en XXVI Encuentro de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación. Comentarista Conferencia Magistral de Dr. Bernard Miège «40 años de investigación en Comunicación. Avances y cuestionamientos». Universidad Autónoma de Querétaro- México. Junio 4 y 5 -2015.

[5]. Seminario «Epistemología de la comunicación desde la perspectiva transmetodológica», Efendy Maldonado. Grupo de investigación Procesos comunicacionales: epistemología, mediatización, mediaciones y recepción- Processocom. UNISINOS- Brasil, en Universidad Javeriana- Colombia (2015).

[6] Universidad Pontificia Bolivariana (Comunicación Social – Periodismo); Universidad de Medellín (Comunicación y Lenguajes Audiovisuales; Comunicación y Entretenimiento Digital; Comunicación Gráfica Publicitaria; Comunicación y Relaciones Corporativas); Universidad Luis Amigó (Comunicación Social); Universidad Cooperativa de Colombia (Comunicación Social); Universidad Católica de Oriente (Comunicación Social); Unilasallista (Comunicación y Periodismo); Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid (Comunicación Audiovisual); Universidad de Antioquia (Comunicaciones; Comunicación Audiovisual y Multimedial; Comunicación Social – Periodismo; Periodismo); Universidad EAFIT (Comunicación Social); Corporación Universitaria Minuto de Dios (Comunicación Social – Periodismo); Colegiatura Colombiana Institución Universitaria (Comunicación en Narrativas Transmedia; Comunicación Publicitaria).

[7] Universidad Pontificia Bolivariana(Maestría en Comunicación Organizacional; Maestría en Comunicación Digital /Virtual; Maestría en cine documental); Universidad de Medellín (Maestría en Comunicación; Maestría en Comunicación de Marca); Universidad Luis Amigó(Maestría en Comunicación); Universidad de Antioquia(Maestría en Creación y Estudios Audiovisuales; Maestría en Periodismo; Maestría en Comunicaciones); Universidad EAFIT (Maestría en Comunicación Política; Maestría en Comunicación Transmedia).

[8] Universidad Pontificia Bolivariana, Universidad de Medellín; Universidad Luis Amigó (Doctorado en Comunicación); Universidad de Antioquia(Doctorado en Comunicaciones y narrativas).

[9] Universidad de Medellín (5); Universidad Pontificia Bolivariana (1); Universidad Católica Luis Amigó (1); Universidad Católica de Oriente (1); Universidad de Antioquia (1); Universidad EAFIT (1); Universidad Cooperativa de Colombia (1); Corporación Universitaria Lasallista (1); Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid (1).

[10] La comunicación se constituye en el puente entre la sociedad y el cambio social. Tendremos, entonces, que investigar sobre la formas más idóneas con los cuales construir el puente para que la comunicación, en forma de diálogo, fluya de ida y vuelta. Si bien el diálogo es crucial en la vida de un comunicador, también lo es en la vida de la sociedad;

---

porque hablar de ética, es lo mismo que hablar de comunicación, pues las normas que configuran la ética, sirven para la comunicación y viceversa; al fin y al cabo, en ambos casos el compromiso de los individuos, exige un reconocimiento del otro (dialogante) y la posibilidad de lenguaje, argumentos y contraargumentos para llegar a consensos o a disensos. En ambos casos, a partir del diálogo, se puede construir.

[11]. La internacionalización en casa (leC) tuvo sus orígenes como estrategia en la Universidad de Malmö, Suecia. Este concepto fue introducido por Bengt Nilsson (Beneitone, 2022, p. 426) en 1999, con la idea de brindar a los estudiantes una experiencia internacional sin la necesidad de un desplazamiento físico. Una de las principales ventajas de esta estrategia es el incremento significativo en la participación de estudiantes en actividades internacionales y el reducido costo de su implementación. Además, contribuye a la visibilidad de las instituciones a nivel nacional e internacional, a través de los indicadores de relación externa entre estudiantes, docentes e investigadores, convirtiéndose así en un componente esencial para la calidad del sistema educativo (Hernández & Knust, 2020)

[12] Algunos apartes de este artículo fueron expuestos en el 1er Congreso Latinoamericano de Comunicación. Ciespal – Felafacs. 19, 20, 21 de octubre de 2023.