

## COMUNICACIÓN APLICADA: CIENCIA Y APLICACIÓN AL SERVICIO DE LA SOCIEDAD

**María Antonieta Rebeil Corella**

**Rebeca Arévalo Martínez**

**Mariana Moreno Moreno**

**México**



**Dra. María Antonieta Rebeil Corella**

[arebeil@anahuac.mx](mailto:arebeil@anahuac.mx)

Directora del Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada y Coordinadora Académica del Programa Doctoral en Comunicación Aplicada. Se desempeña como Coordinadora de Acreditación del Consejo de Acreditación de la Comunicación, A.C. (CONAC) y es evaluadora del Consejo Latinoamericano de Acreditación de la Educación del Periodismo y la Comunicación (CLAEPC). Estudió la licenciatura en Comunicación en el ITESO, México, la maestría en Educación en Stanford University y el Doctorado en Ciencias Sociales por la Universidad Iberoamericana. Ha escrito diversos capítulos de libros, artículos en revistas científicas y ha coordinado diez libros, entre los que se encuentran: *Responsabilidad Social*

*Organizacional; Comunicación Estratégica en las Organizaciones; El Poder de la Comunicación en las Organizaciones; Ética e Identidad Cultural; Violencias Mediática e Interactiva; Ética, Violencia y Televisión; tres Anuarios de Investigación de la Comunicación CONEICC (XIII, XIV y XV), entre otros.*



**Mtra. Rebeca Arévalo Martínez**

[rebeca.arevalo@anahuac.mx](mailto:rebeca.arevalo@anahuac.mx)

Maestra en Comunicaciones Corporativas con un diplomado en Branding por la Universidad Anáhuac y Licenciada en Ciencias de la Comunicación por el Tecnológico de Monterrey. Actualmente cursando el Doctorado en Comunicación Aplicada de la Universidad Anáhuac, línea de investigación: Comunicación Estratégica. Ganadora del *Gold Quill Merit Award* 2001 que otorga la *International Association of Business Communicators* (IABC) y ganadora del Premio AMCO (Asociación Mexicana de Comunicadores) en 1997 y 1998. Investigadora Asociada del Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA) de la Universidad Anáhuac México Norte y Académica de la Facultad de Comunicación de la misma Universidad.



**Lic. Mariana Moreno Moreno**

[mariana.morenom@anahuac.mx](mailto:mariana.morenom@anahuac.mx)

Maestrante en Mercadotecnia Integral por la Universidad Anáhuac y Licenciada en Comunicación por la misma institución. Ganadora del Concurso de cuento de la Asociación Nacional de la Publicidad y el Consejo de la Comunicación, 2004. Coautora del libro *Caleidoscopio*, publicado por el Centro de Investigación y Docencia Económica (CIDE) y colaboradora en artículos para la revista *Organicom*. Investigadora del Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA) de la Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac.

**Resumen**

El artículo expone algunas ideas sobre la Comunicación Aplicada con un argumento básico: que no existe la carencia de científicidad en la aplicación del saber a la solución de situaciones problemáticas de la realidad social. En este trabajo se pone sobre la mesa de debates el tema de la subdisciplina de la Comunicación, denominada como la Comunicación Aplicada, entendida ésta como el estudio teórico y metodológico de los procesos de comunicación a la luz de fundamentos conceptuales y metodológicos científicos, con el fin de buscar la verdad y además proponer vías de solución aplicables a los problemas de individuos, grupos, organizaciones, comunidades y sociedades específicas, sean éstos de la comunicación interpersonal o de la colectiva. Se revisa el surgimiento de la Comunicación Aplicada en Estados Unidos de Norteamérica y su expresión en manos de autores latinoamericanos de donde surgen los

lineamientos básicos que se convierten en las propuestas para el desarrollo de la Comunicación Aplicada en este continente.

**Palabras clave:** Comunicación Aplicada, Investigación Aplicada, Historia de la Comunicación Aplicada, Aplicabilidad de la ciencia, Comunicación Aplicada en América Latina

### **Abstract**

The article posits a main idea about Applied Communication, with the following argument: there is nothing nonscientific about the application of knowledge to the solution of social problems. Applied Communication is a subdiscipline of the broader discipline of Communication that focuses attention on the study of theory and methodology of Communication processes, upon the basis of scientific conceptual and methodological propositions, with the purpose of uncovering truth and also, with the clear intention of finding solutions to problematic issues and situations facing individuals, groups, organizations, communities as well as broader sectors of society, attending both fields of Communications: interpersonal and collective efforts. The rise and evolution of Applied Communication in the United States is analyzed as well as its development in Latin America. The article concludes with some basic ideas as to where Applied Communication should be heading in the Latin American Continent.

**Key words:** Applied Communication, Applied Research, Applied Communication History, Applied Science, Applied Communication en Latin America

### **Introducción:**

El objeto de estudio del artículo remite al análisis de la Comunicación Aplicada en sí, entendida ésta como una sub-disciplina específica de la disciplina de la Comunicación. Por investigación de la Comunicación Aplicada se entiende el estudio teórico y metodológico de los procesos de comunicación, a la luz de fundamentos conceptuales y metodológicos científicos, con el fin de buscar la verdad y además proponer vías de solución aplicables a los problemas de individuos, grupos, organizaciones, comunidades y sociedades específicas, sean éstos de la comunicación interpersonal o de la colectiva.

El artículo busca elaborar algunas ideas en torno a las preguntas básicas que se le hacen a la Comunicación Aplicada una y otra vez. Por varias décadas, los teóricos de la Comunicación Aplicada han luchado por colocar su área de interés en la categoría de campo de estudio especializado de la Comunicación. Al respecto, se pueden mencionar cuestionamientos tales como: ¿cuál es el criterio para distinguir lo teórico de lo aplicado?; ¿cuál ha sido el devenir de la Comunicación Aplicada en Estados Unidos de Norteamérica?; ¿cuál es el concepto de Comunicación Aplicada que se propone para América Latina?; ¿qué actividades de comunicación ya existen en América Latina según el concepto referido?; ¿cómo fortalecer y dar profundidad teórica y metodológica y de diseño de estrategias de comunicación a las actividades que actualmente se llevan a cabo de Comunicación Aplicada en América Latina?

Las anteriores son preguntas que guían el desarrollo del presente artículo en la búsqueda por proveer de cimientos teóricos y metodológicos a los estudios de Comunicación Aplicada en México y en Latinoamérica.

### **El primer paso: la distinción entre la investigación básica y la aplicada**

La investigación básica es la que se somete a planteamientos teóricos y metodológicos rigurosos con el fin de buscar la verdad. La investigación aplicada es aquella que igualmente se rige por las fundamentaciones conceptuales sólidas en búsqueda de la verdad con el fin último de lograr su aplicabilidad. De tal forma que lo *básico* frente a lo *aplicado* no se distingue por los procedimientos de investigación en sí, sino por la intencionalidad práctica de proponer transformaciones que mejoren situaciones que enfrentan los grupos, las organizaciones, las comunidades y la sociedad en general. Lo aplicado, por lo tanto, debe ser igualmente riguroso - desde el punto de vista teórica y metodológicamente científico- que cualquier otro enfoque de la investigación de la comunicación. En síntesis, se propone un doble propósito: 1) lograr la objetividad en el conocimiento de tal manera que éste refleje, explique y de cuenta de lo real; 2) vincular ese conocimiento con estrategias de cambio de la realidad social.

La Comunicación Aplicada exige la misma rigurosidad en la generación de conocimientos que la requerida por investigaciones destinadas al desarrollo de la disciplina y conocimiento teórico de la Comunicación. En otras palabras, la distinción entre Comunicación como campo de una disciplina y, por otra parte, la Comunicación Aplicada, no se debe entender por presencia o ausencia de fundamento científico, sino por la intencionalidad en el uso de dicho conocimiento.

En un caso se trata del desarrollo de un campo de conocimiento sobre la realidad social; y en el otro, se trata de contribuir con fundamentos al cambio de dicha realidad.

El logro de la objetividad en la investigación, sea teórica o aplicada, asegura que el conocimiento refleje, explique y de cuenta de la realidad. Ello se logra en mayor o menor grado, según la calidad de dicha investigación. El conocimiento es una tarea permanente porque tanto la realidad social como las categorías con las cuales se conceptualiza están en un proceso constante de cambio. Por lo tanto, la misma exigencia se debe esperar tanto de una investigación destinada al desarrollo del campo de conocimiento de la Comunicación, como de una investigación destinada a fundamentar una aplicación de la Comunicación.

Hay una exigencia superior en el caso de la investigación para la Comunicación Aplicada porque ésta exige una fundamentación racional de decisiones éticas. Toda Comunicación supone de manera necesaria un principio ético sea que éste se formule de manera explícita o bien implícita, en cualquier caso está siempre presente en la acción comunicativa de los seres humanos. Esta exigencia no necesariamente se hace presente en las investigaciones destinadas al desarrollo del campo de la Comunicación, porque quienes la realizan con frecuencia prescinden de esta dimensión ética; independientemente de que lo quieran o no, está presente en toda conceptualización teórica y metodológica.

Toda comunicación es intrínsecamente práctica porque supone una relación entre sujetos y ello enfrenta el reto de la neutralidad. En la Escuela de Palo Alto (Watzlawick, 1967) se decía: “es imposible no comunicar”. Lo que busca la Comunicación Aplicada es el conocimiento del proceso de la comunicación humana y la fundamentación de las decisiones, acciones y técnicas para lograr una mayor eficacia en las finalidades que busca la comunicación. Lejos de prescindir de la teoría y la investigación metodológicamente rigurosa, una verdadera Comunicación Aplicada las exige como condición necesaria para alcanzar una mayor eficacia comunicativa. En el momento actual, ello conlleva a un compromiso con el reconocimiento de la comunicación como un proceso de doble vía que, ahora con Internet y las redes sociales, requiere de dar cuenta de los procesos de interacción e influencia recíproca como secuencias de acción comunicativa en el tiempo.

## Comunicación Aplicada en el mundo y en EUA

### Orígenes remotos

Al filósofo inglés, Sir Francis Bacon, nacido en el siglo XVI, se le atribuyen las primeras definiciones entre ciencia y tecnología (Bacon, 1620). No obstante, a la división entre artes liberales (relacionadas a la noción de libertad) y artes serviles (relacionadas con lo mecánico, las profesiones o que están al servicio de propósitos económicos), la literatura se lo atribuye a Marciano Capela (Gutiérrez, 2010)<sup>1</sup>.

La división entre Ciencias Sociales y Ciencias Naturales ha venido determinando la organización de los saberes al interior, por ejemplo, de las Universidades. Las ciencias de la sociedad son contingentes, es decir, dependen de decisiones humanas en tanto que las ciencias de la naturaleza son deterministas y/o probabilísticas. En otras palabras, las ciencias sociales estudian la contingencia que resulta de la autodeterminación y racionalidad ética, es decir, de la libertad. En las ciencias sociales se estudia lo que es pero en tanto que realidad contingente, humanamente creada, y por tanto, cuestionable y modificable. Las ciencias naturales permiten usar la fuerza (de la naturaleza) y dirigirlas a propósitos humanos, como es el caso, entre otros, de la manipulación de la energía eléctrica. En tanto que las ciencias sociales tienen en el propio ser humano al sujeto y objeto tanto de conocimiento como de transformación. Las ciencias humanas y sociales se refieren al universo de acciones contingentes de los seres humanos: al universo del ejercicio de su autodeterminación ética, de su libertad.

La Comunicación es una ciencia de la sociedad que incluso en algunas conceptualizaciones teóricas como la Sociología sistémica de Niklas Luhman es considerada *el proceso social fundamental*.

La idea de la educación en Atenas de los siglos V- III antes de Cristo, refería el hecho de que los *hombres libres* deben saber todo aquello que les da riqueza cultural. Ello se oponía a las

---

<sup>4</sup> Marciano Capela, argelino de nacimiento en el siglo V después de Cristo, hizo la categorización de las artes liberales de la siguiente manera: Gramática (la lengua); Dialéctica (la razón), Retórica (las figuras), Aritmética (los números), Geometría (los ángulos), la Astronomía (los astros), Música (los cantos). Ponía las siete categorías en un rubro diferente a los oficios técnico-profesionales. Todas las demás artes o competencias tienen, por tanto otra categoría: el trabajo, los servicios, el comercio, tienen que ver efectivamente con artes relacionadas a la productividad económica. Aunque, vistos estos planteamientos a la distancia, la división no es ni puede ser tan clara.



cuestiones de que los esclavos bien educados de la época podían dirigir negocios o hacerse responsables de los bancos. Resulta interesante saber que los esclavos atenienses eran diestros en estas cuestiones (O'Connor). Atenas, en su búsqueda del Estado democrático, tuvo la necesidad de crear la educación denominada liberal, ya que quienes participaban en ella requerían de las habilidades que proveía la educación con este enfoque, como lo fue la retórica, que hizo posible la comunicación eficaz de las ideas y la persuasión.

Hasta nuestros días, la distinción entre las artes del *hombre libre* y las profesionales es una idea que ha tenido importante influencia en la educación. Se dividen así las disciplinas humanas y sociales de las disciplinas naturales.

Una derivación posterior tanto en las ciencias sociales como en las naturales es que se dividieron ambas entre aquellos estudios que habrían de ser de investigación y aquellos que serían profesionalizantes. En las universidades de la época actual existen las carreras de nivel de licenciatura, así como los posgrados, unos denominados *profesionalizantes* y otros *científicos* o *de investigación*. Esta división, de alguna manera, ha venido creando la noción de que lo *profesionalizante* es así porque carece o no requiere de la ciencia o de fundamentación teórica. A la inversa, se considera que lo *científico* solamente lo es si se trata de investigaciones básicas, si se mantiene en el nivel de las abstracciones y evita ocuparse de las necesidades económicas y sociales.

La investigación aplicada sostiene que no existe lo científico en aquellas elaboraciones teóricas serias y metodológicamente consistentes que se ocupan a su vez de la transformación de la realidad social. Los pensadores de la ciencia consideran que existe una relación bidireccional en ambos sentidos entre la ciencia y la aplicación, entendida ésta como la capacidad del hombre para modificar la naturaleza y redirigir las tendencias humanas y sociales, en pos del mejoramiento de la calidad de vida de los grupos humanos.



## **De la Investigación Aplicada a la Comunicación Aplicada: Tradición de Estados Unidos de Norteamérica**

Como se señala en la convocatoria de artículos para este número de la Revista *Diálogos de la Comunicación*, el campo de estudio de la Comunicación Aplicada surge en la segunda mitad del siglo XX, cuando los investigadores y profesionales de la Comunicación en Estados Unidos empiezan a proponer preguntas sobre la necesidad de relacionar los planteamientos teóricos a su aplicabilidad en la solución de problemas sociales.

Se afirma la noción de que la aproximación científica a la realidad se puede aplicar a la solución de los problemas de esa realidad, pues pone los conocimientos en práctica, aplicándolos en provecho de la sociedad. Cabe señalar que el provecho de la humanidad vinculado a la ética no siempre es el que mueve las voluntades humanas. La gama de posibilidades de aplicación va desde las propuestas de políticas públicas y la institucionalización de derechos para la humanidad, hasta la puesta en marcha de programas de acción para resolver problemas que afectan a la sociedad, las organizaciones y el ambiente.

Como se plantea en la convocatoria mencionada, en la década de los años 40, en Estados Unidos se confirma la relevancia social de la disciplina, entonces en ciernes, de la Comunicación. Es hasta los años 70 (Frey, L. y Cissna, K, 2009) cuando se planteó que la producción de conocimiento no solamente debía abarcar la problemática de los medios de comunicación y además, se dijo con contundencia, que ésta tampoco tenía por qué limitarse al ámbito de la academia. Los profesionistas que hasta ese momento se habían formado en la práctica se sustentaban como los implementadores de acciones de la comunicación desvinculados totalmente de la academia. No obstante, con el paso del tiempo, se fue marcando el valor incuestionable que tenía para la academia lograr sistematizar y dar sustento conceptual a la serie de acciones planificadas y llevadas a la práctica por los profesionales de la comunicación. Entre otras cuestiones, se pretende dar respuesta a: lograr una comunicación enriquecedora en las familias, fomentar procesos educativos fértiles en intercambios de diálogos y experiencias, estructurar entornos de trabajo significativos y productivos, hacer frente y ayudar a otros a resolver problemas de salud, lograr los procesos de inclusión y de participación significativa en los

procesos civiles y políticos y dialogar para construir mejores escenarios locales, nacionales e internacionales.

La Comunicación Aplicada implica la exploración exhaustiva de un problema o situación específicos de comunicación o bien contribuye con resultados de investigación que son aplicables en el corto o en el largo plazo a alguna situación social problemática.

Un breve recuento histórico del desarrollo de la Comunicación Aplicada en Estados Unidos de Norteamérica revela sus orígenes en la Oratoria (*Speech*). En 1911, el Consejo Nacional de Maestros del Inglés, que hoy es la Asociación Nacional de Comunicación (NCA, por sus siglas en inglés), fue fundada por universitarios procedentes del medio oeste de ese país, que eventualmente crearon el *Quarterly Journal of Public Speaking*. En esta revista se publicaron los primeros trabajos de Comunicación Aplicada que tenían que ver cuestiones como las barreras físicas y psicológicas del tartamudeo. En 1946 cambia su nombre por el de *Quarterly Journal of Speech*, lo cual da idea de la ampliación del concepto de Oratoria.

De manera paralela, en 1934 otro grupo de académicos inicia sus estudios sobre los problemas del lenguaje y en 1950 fundan una asociación alterna: Sociedad Nacional para el Estudio de la Comunicación (NSSC, por sus siglas en inglés). A iniciativa de Elwood Murray, destacado científico social de la Universidad de Denver, se inician los trabajos enfocados a producir resultados sobre el uso del lenguaje, utilizables para la vida cotidiana de los individuos: ajustes de la personalidad, desarrollo en el marco de los negocios, entre otros. En 1968 la NSSC cambia su nombre por la que hoy se conoce como la Asociación Internacional de Comunicación (ICA, por sus siglas en inglés). Tanto el surgimiento de la NCA como de la ICA, asociaciones centrales en la vida de la disciplina de la Comunicación en Estados Unidos y con amplia influencia en el marco internacional, surgieron a partir de la problemática del Lenguaje y la Oratoria, en un esfuerzo porque su análisis fuera de utilidad a los seres humanos.

En la ponencia seminal de Gary Cronkhite en la Conferencia sobre Investigación y Desarrollo Instruccional en Nueva Orleans en 1969, se debate acerca de la aplicación de la comunicación a la instrucción. Pronto se empiezan a incluir temáticas clave al lado de la Comunicación. Temas

como la responsabilidad social y la interculturalidad aparecen en el marco de los estudios de la Comunicación Aplicada.

En 1972 en la Convención que realizó la ICA en Atlanta, Gerald Goldhaber, de la Universidad de Nueva York, asumió dar continuidad a las ideas de la utilidad de la Comunicación y su seguimiento a través de procesos de auditoría. A partir de esa Convención, se da continuidad a la discusión de los estudios aplicativos, como los etnográficos y la observación participativa en pos del análisis de la comunicación en relación a los problemas de la salud, la mercadotecnia, la familia y el matrimonio, la interculturalidad y la educación de los hijos.

En 1975, en el marco del Simposio de Comunicación Organizacional como también en el seno de la ICA, Mark Hickson y Howard Greenbaum asumen que la comunicación organizacional es inherente a la Comunicación Aplicada.

Es a mediados de los años 70 que la Asociación Nacional de Oratoria (SNA, por sus siglas en inglés) crea diferentes divisiones para el estudio de la Comunicación. Entre éstas se funda el grupo de investigación de Comunicación Aplicada.

### **“División de la Comunicación Aplicada**

“Los miembros de la División estudian cómo la teoría, la investigación, y/o las mejores prácticas de la comunicación contribuyen a dar a conocer el conocimiento sobre la teoría de la comunicación para fines prácticos. Los miembros construyen y ponen a prueba las teorías de la comunicación, con frecuencia en el marco de estudios de campo fuera del laboratorio, con el fin de examinar de una manera más eficaz, una gama amplia de asuntos diversos, que incluyen las necesidades de comunicación de las organizaciones, la interacción social efectiva, el mejoramiento de los cuidados relacionados con la salud o bien la implementación de intervenciones conductuales, el entrenamiento para hacer más eficientes los procesos de comunicación y de participación cívica encaminados al logro de los cambios sociales. Para tales fines, los miembros emplean una gran variedad de enfoques metodológicos y teóricos a fin de resolver asuntos relacionados con la Comunicación Aplicada. La División apoya discusiones en paneles, mesas

redondas, y la presentación de ponencias en la Convención Anual de la NCA. Asimismo, la División apoya y promueve los esfuerzos del Consejo Editorial *Journal of Applied Communication Research* y la difusión de la revista *National Communication Website*, 2012).”

Ocho años después, en 1978, la Convención de la entonces Asociación Nacional de Oratoria (que posteriormente se convierte en la NCA) incluyó las siguientes temáticas bajo la División de Comunicación Aplicada: Evaluación de programas, Estrategias de intervención, Comunicación y aprendizaje en negocios, la Relación médico – paciente, problemas de comunicación cara a cara en la academia,... En 1985, en la Asociación de Oratoria del Sur (SSCA, por sus siglas en inglés) se funda también la División de Comunicación Aplicada. En 1997, la SNA cambia su nombre finalmente por lo que hoy se conoce por la Asociación Nacional de Comunicación (NCA, por sus siglas en inglés).

A partir de ese momento el camino para la investigación de la comunicación ha venido desarrollándose entre los académicos con paso firme en Estados Unidos. Se retoma de Kurt Lewin su famosa afirmación de 1951: “No hay nada más práctico que una buena teoría” y la de Claude Levy-Boyer, quien en 1988 dijo: “No hay nada tan teórico como una buena aplicación”. Para muchos pensadores de la comunicación, la investigación pura es considerada como el paso preliminar de la investigación aplicada. El reto mayor que enfrenta un investigador de la Comunicación Aplicada es la capacidad de vincular la intervención a la observación científica. A la investigación orientada a la intervención se ha venido denominando *academia comprometida*.

En términos generales, el interés por la Comunicación Aplicada en Estados Unidos ha seguido un patrón de temáticas muy variado. Como ejemplos se pueden mencionar los trabajos de Gerald Miller y Michael Sunnafrank (Miller y Sunnafrank, 1984), quienes desde 1984 han dado cuenta de los procesos de comunicación en cuestiones legales y cómo se dan las interacciones en las cortes donde se busca la verdad para impartir la justicia en las salas de las cortes. A su vez, otros autores (Cragan y Shields, 1981) han encontrado en las campañas de elección popular y en los procesos políticos en general, analizar y proponer estrategias de comunicación. Por otra parte, las temáticas sociales que tienen que ver con las organizaciones y las familias (Donohue, Allen y Burrell, 1985) han encontrado eco a lo largo y ancho de ese país. El cuestiones organizacionales

específicamente, el *New Handbook of Organizational Communication* en sus ediciones periódicas, da cuenta de los esfuerzos de los teóricos por analizar los procesos de comunicación como aquellas variables intangibles pero fundamentalmente determinantes de los rumbos que toman las organizaciones en su desenvolvimiento en la sociedad (Cissna, Eadie & Hickson, 2009).

A la fecha, la Comunicación Aplicada se ha convertido en un campo de trabajo respetado en Estados Unidos. No solamente en ese país sino en muchos otros del orbe. Se cuenta ya con las tres características fundamentales que colocan a un área de interés o campo de estudio en un cuerpo institucionalizado: 1) se dan clases y existen los programas especializados en Comunicación Aplicada en las universidades mediante los cuales se han formado y se están formando profesionales del área (ejemplos en EUA y en México); 2) existe el campo de Comunicación Aplicada alrededor del cual se fundan centros en instituciones de producción de conocimiento con líneas claras de trabajo en la especialidad; 3) existen las vías de divulgación de la ciencia en las temáticas de la Comunicación Aplicada. Tal es el caso del *Journal for Applied Communication Research*. Otros textos básicos que se pueden mencionar son el libro *Applied Communication Theory and Research* (O'Hair y Kreps, 1990), el *Pearson Handbook of Applied Communication* (Frey & Cissna, 2009) en el cual se señalan como áreas de interés de la Comunicación Aplicada, cuestiones tales como: la identidad política y los procesos políticos en general, las situaciones problemáticas que presentan los procesos de globalización, la familia, los problemas de la comunicación con las personas de la tercera edad, la comunicación organizacional, la salud, las instituciones de asistencia pública, la participación de la ciudadanía en los asuntos comunicativos y sociales, entre otros.

### **Propuesta de un concepto de Comunicación Aplicada para América Latina**

A fin de dar respuesta a la pregunta de cuáles son algunos lineamientos para perfilar un concepto de Comunicación Aplicada que se propone para América Latina, lo primero que se debe hacer es revisar aquello que los pensadores de la comunicación han hecho a la fecha en la región. Las temáticas de la Comunicación Aplicada se dividen dos sectores o áreas temáticas: 1) Comunicación Aplicada para la cultura y la sociedad y 2) Comunicación Aplicada para la productividad y el bienestar en los negocios, el gobierno y las asociaciones civiles.

¿Qué actividades de comunicación ya existen en América Latina según el concepto referido? La siguiente sección del trabajo no pretende ser exhaustiva al dar cuenta solamente de algunos ejemplos que, en el marco de América Latina, se dan en el tema de la Comunicación Aplicada a distintas temáticas de la construcción teórica y de la práctica comunicacional.

### **Comunicación Aplicada para la cultura y la sociedad**

En la sección de la Comunicación Aplicada referida a los problemas de la realidad social es posible mencionar hasta diez áreas de interés diferentes: 1) Ética, medios, nuevas tecnologías de la información y corresponsabilidad; 2) Pobreza, desigualdad y comunicación; 3) Comunicación, ciudadanía y democracia; 4) Comunicación y política; 5) Comunicación y globalización; 6) Comunicación y educación; 7) Comunicación y familia; 8) Comunicación y ambiente; 9) Comunicación y sectores poblacionales: niños, jóvenes, adultos, adultos mayores; 10) Nuevos medios, redes sociales y sociedad.

En cada subtema es posible mencionar algunos de los autores y trabajos que han buscado vincular el análisis riguroso a la aplicabilidad en el campo.

- 1) Ética, medios, nuevas tecnologías y corresponsabilidad:** En la Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación (ALAIIC) la temática *Ética, libertad de expresión y derecho a la comunicación* la coordinan Fernando Oliveira (UB-Brasil), Carlos Camacho (U. Católica Bolivariana) y Marcos Santuário (Feevale, Brasil). Reúnen investigaciones sobre la autorregulación, co-regulación y regulación de los medios de comunicación, relacionándolas con los estudios sobre el acceso a la información y el derecho a la comunicación, con interés por las políticas públicas de promoción del acceso a la información, la libertad de expresión, el pluralismo y la diversidad cultural. Destacan los trabajos de *Ética en el periodismo: una conducta profesional vulnerable*, de Carolina Pompeo, de la Universidad Federal de Santa Catarina (Brasil); *Nuevos espacios para los ciudadanos para producir y distribuir informes: el ejercicio del derecho a comunicar*, de Delcia Maria de Mattos, de la U. de Brasilia (Brasil) y *Disputas por la veracidad y la libertad*, de Hernán Reyes, de la U. Simón Bolívar (Ecuador).

Por su parte, el grupo de trabajo Medios Públicos de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), coordinado por Patricia Ortega Ramírez y



André Dorcé, plantea líneas y proyectos de investigación sobre diferentes problemáticas de los medios públicos: marco jurídico, condiciones de producción, organización institucional, autonomía, audiencias, contenidos y programación de los medios de servicio público. Entre sus proyectos actuales se encuentran: *¿En defensa de qué? Audiencias televisivas, institucionalidad y cambio cultural*, de André Dorcé, de la Universidad Autónoma Metropolitana (México); y *Ciudadanizar los medios ¿posible y/o necesario?* de Alberto Carrera, de la U. Iberoamericana (México).

También en el marco de la ética aplicada a problemas de la comunicación destacan, entre muchos otros, los trabajos de Javier Prado Galán de la Universidad Iberoamericana. Del Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA) de la Universidad Anáhuac son relevantes los estudios de María Antonieta Rebeil Corella, Delia Gómez Morales y Rogelio del Prado (2008, 2009), en los cuales se han discutido cuestiones tales como la profesión del comunicólogo, los contenidos televisivos y de las nuevas tecnologías de información entre las que Internet, los videojuegos y la telefonía celular juegan un papel preponderante.

- 2) **Pobreza, desigualdad y comunicación:** Entre los centros de investigación e instituciones de educación superior en América Latina que analizan las cuestiones de la pobreza y la falta de equidad en el continente se encuentra la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y el Colegio de México. Estas instituciones han hecho aportaciones fundamentales a la comprensión de la pobreza que viven millones de personas en el continente. Le ha tocado a centros como el Colegio de Posgraduados de Chapingo, a la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) y otras (Miralles, 2001) desarrollar las estrategias de comunicación para atender estos problemas en la población latinoamericana tanto en zonas urbanas como rurales.
- 3) **Comunicación, ciudadanía y democracia:** En los temas de comunicación, ciudadanía y democracia, los comunicólogos han estado participando muy intensamente. Tanto la AMIC con el grupo de investigación sobre *Sociedad civil, participación y comunicación alternativa*, como la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación,



con su grupo de trabajo: *Comunicación popular, comunitaria y ciudadanía*, han aportado de manera significativa a esta temática. Ellos son Esmeralda Villegas Uribe, de Colombia; Patricia Gonçalves Saldanha, de Brasil, y Carlos Arroyo, de Bolivia. Se pueden mencionar, así mismo, los trabajos de los mexicanos Alma Rosa Alva de la Selva, Alberto Carrera y del investigador Lenin Martell Gámez, quien además es miembro de la Red de Investigación y Consultoría en Comunicación (RIICC) y que realizó el estudio *Sociedad civil y comunicación: los espacios de la participación y la ciudadanía*, en la Universidad Autónoma del Estado de México.

- 4) **Comunicación, política y políticas públicas:** En este título se incluye la relación entre las problemáticas de la vida política de las naciones con la comunicación. Entre otras cuestiones se puede mencionar las políticas públicas de la comunicación, así como encuestas de opinión, *marketing* político y construcción de la imagen de personajes de la política en América Latina, se incorpora en este tema. En el mismo una figura que ha destacado en América Latina es la de Javier Esteinou Madrid. En su participación en el grupo de trabajo de la AMIC al lado de Roberto Sánchez, así como de César Jiménez Yáñez y Jorge Muñoz Cerda en Chile, han proveído abundantes escritos sobre la temática y su aplicación en recomendaciones para la proyección de políticas públicas en sus países correspondientes. Andrés Cañizález (U. Católica Andrés Bello, Venezuela); Hugo Sánchez Gudiño (UNAM, México); Luis Olivera (Perú), del Grupo de Trabajo de ALAIC, denominado: *Comunicación política y medios*. Se pueden mencionar trabajos como: *Economía de la cultura, el carnaval, un abordaje desde el consumidor*, de Verónica Fernández, de la Universidad de la República (Uruguay) y *Caracterización de las regulaciones emergentes sobre Internet en Argentina*, de Ornela Carboni y Karla Rodríguez, de la Universidad Nacional de Quilmes.
- 5) **Comunicación, nuevas tecnologías y globalización:** Acoge perspectivas relacionadas con las dimensiones sociales y culturales de los entornos virtuales de comunicación; el uso y apropiación que los ciudadanos hacen de Internet, las tecnologías de la información y las telecomunicaciones han transformado los procesos de comunicación y cómo ha impactado ello en la globalización. Temas como comunicación mediada por

computadora, ciberperiodismo, cibercultura, usabilidad/accesibilidad, arquitectura de la información, medios experimentales, interactividad, convergencia de medios, radio y TV digital, narrativas digitales, estética e imagen digital, comunidades y redes virtuales, mundos virtuales, nuevas espacialidades y temporalidades, ubicuidad y movilidad digital, *cyberbogs* y cuerpos, identidades virtuales, socialización virtual, comunidades científicas digitales, colaboración en la red e historia de Internet están abordándose en la ALAIC; en el Grupo *Comunicación digital, redes y procesos*, que coordinan Carlos Arcila (U. del Norte, Colombia); Cosette Casto (UCB, Brasil) y Mabel Calderín (U. Católica Andrés Bello, Venezuela).

Al respecto, dentro del grupo de trabajo Medios Públicos de la AMIC, Javier Esteinou (UAM, México) aporta trabajos tales como *Globalización, medios de comunicación y cultura en México a principios del siglo XXI* y *Los medios electrónicos de difusión y la Sociedad de la Información*, en el que comparte autoría con Alma Rosa Alva de la Selva (UAM-X y UNAM, México).

Por su parte, el Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (Universidad Anáhuac, México) y el Doctorado en Comunicación Aplicada ha generado proyectos conjuntos con la Red Latinoamericana FAMECOM que coordina Luis Alfonso Guarrama Rico de la U. Autónoma del estado de México, sobre telefonía celular, proyectos de disertaciones doctorales tales como *eGobierno y Redes Ciudadanas* de Selene Portillo Barraza e investigaciones como *Redes sociales: estrategias de comunicación, posicionamiento y ventas* e *I-identidad hipermedial: nuevos medios, nuevas audiencias, ¿nuevas identidades?*, ambas de Jorge Hidalgo Toledo.

- 6) **Comunicación y educación:** El estudio de la relación entre la Educación y la Comunicación ha despertado el interés de pensadores y profesionales desde muchas décadas atrás. Ambas disciplinas del conocimiento es antigua, pero las aportaciones de la comunicación -a partir de los desarrollos tecnológicos- en la educación, han propiciado que el binomio se consolide. En este sentido, el grupo de trabajo de la ALAIC dedicado a la *Comunicación y educación* ha venido desarrollando una amplia reflexión que abarca tanto los sistemas de educación presencial como los programas de enseñanza a distancia. Los objetivos son analizar del rol y función que desempeña la comunicación en sistemas

de educación formal y no formal, así como ir construyendo la historia de la relación educación-comunicación. Dicho grupo de trabajo en ALAIC ha sido impulsado por la investigadora de la Universidad Nacional Autónoma de México, Delia Crovi Druetta y en el momento actual, cuenta con la coordinación de Luz María Garay de la Universidad Pedagógica Nacional de México, Caridad García (U. Autónoma Metropolitana-Cuajimalpa y María de Fátima Monte (U. Federal de Sergipe, Brasil).

En este sentido, el Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE) y la Organización de Estados Americanos (OEA) contribuyeron con la publicación del proyecto de investigación *Tecnología Satelital para la Enseñanza*, de Delia Crovi, quien sumó a sus aportaciones, además, *Educación en la era de las redes*. Por su parte, Cristina Girardo aporta *La convergencia tecnológica en los escenarios laborales de la juventud* (UNAM).

Destacan también las aportaciones de Inés Cornejo de la UAM-C, de Pilar Baptista Lucio y de Jorge Hidalgo, quienes han publicado en los libros del CICA, Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac, cuyos estudios se dirigen a las tecnologías de comunicación, su impacto en la sociedad, en el aula y en los individuos.

- 7) **Comunicación y familia:** Algunos de los ejes temáticos que se han desarrollado en América Latina para el estudio de Comunicación y familia, son: *Familia, Adolescentes, Medios de Comunicación y Salud Pública; Familia, publicidad y medios de comunicación; Análisis transcultural de las familias mediáticas; Familia e interacción mediática; Nuevas Tecnologías e interacción familiar; Oferta, géneros televisivos y familia; Narrativas televisivas y familia*. Dichas investigaciones han sido llevadas a cabo por la Red Iberoamericana de Investigación de Familia y Medios de Comunicación (FAMECOM), que conjunta los esfuerzos de académicos y estudiantes de licenciatura y posgrado, así como instituciones de educación superior que tienen interés en impulsar la investigación y la formación de expertos en este campo multidisciplinario.
  
- 8) **Comunicación y ambiente:** El tema medioambiental y el desarrollo sostenible son recurrentes en la agenda política, económica y noticiosa global. La toma de decisiones sobre estos tópicos requiere la integración y equilibrio entre las dimensiones económica, social

y medio ambiental. Para ello, es necesario formular nuevas perspectivas sobre hábitos de consumo y estilos de vida, y por ello es necesario generar herramientas de comunicación que propicien la participación informada y comprometida de los actores sociales involucrados en el mejoramiento de las condiciones ambientales. El estudio de relación entre la comunicación y el ambiente es reciente y por ello resulta un campo de conocimiento atractivo para las nuevas generaciones de investigadores en comunicación. Uno de ellos es Rafael Tonatiuh Ramírez Beltrán, del CICA, que rescata el concepto de comunicación ambiental o comunicación para la sustentabilidad, fundamentado en un posible cambio gradual del modelo de desarrollo en el que la comunicación puede ser agente de cambio para el rediseño de contenidos y procesos que promuevan o sugieran modos de vida respetuosos del medio ambiente.

**9) Comunicación y sectores poblacionales: niños, jóvenes, adultos, adultos mayores:**

Las investigadoras Rossana Reguillo de la Universidad ITESO son fundamentales para comprender los procesos de la juventud en la sociedad. Por otro lado, Juan Enrique Huerta (CICA) aporta la investigación sobre el rol de la exposición a la televisión y la escolaridad en relación a la participación de los jóvenes en la democracia.

**10) Nuevos medios, redes sociales y sociedad:** el desarrollo tecnológico ha ampliado las

posibilidades de comunicación y ha posibilitado nuevas formas de consumo de los nuevos medios. Al respecto, el estudio que los investigadores latinoamericanos han llevado a cabo en esta rama resulta interesante porque explica las formas en que los usuarios latinoamericanos están haciendo uso de dichos medios. Con publicaciones como *Nuevos públicos para nuevos medios*, *Los nativos digitales*, *Internet en la remediación de la televisión*, el investigador Octavio Islas Carmona del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Estado de México, ofrece una perspectiva fresca sobre las audiencias que usan los nuevos medios. Por parte del CICA, entre otros, Sandra América Rodríguez, investiga la cibercultura y el impacto de las redes sociales en los procesos electorales.

## **Comunicación Aplicada para la productividad y el bienestar en los negocios, el gobierno y las asociaciones civiles**

A continuación se hace mención de algunos de los temas y los investigadores que en América Latina abordan en el ámbito de la comunicación aplicada a los negocios, las instituciones de gobierno y de las asociaciones de la sociedad civil (también denominado tercer sector).

### **a) Comunicación integrada de mercadotecnia**

El estudio de este tema ha generado nuevos enfoques estratégicos para la comunicación comercial, publicitaria o mercadológica. Destaca el trabajo de Gisella Buzzi, de Argentina; María Ángeles Navarro Bailón, María Sicilia Piñeiro y Elena Delgado Ballester, de Colombia; así como las aportaciones en México de Carlos Gómez Palacio, María de la Luz Fernández Barros, Raúl Santos Morales del CICA y Rubén Treviño Martínez.

### **b) Responsabilidad social**

La responsabilidad social de las organizaciones considerando a la comunicación como factor fundamental para llevarla a cabo, ha estado a cargo de diversos investigadores: en Venezuela, Ítalo Pizzolante y Victor Guédez; en Brasil, Margarida Krohling Kunsch y María Aparecida Ferrari; en Argentina, Susana Mitchell; en México destacan los trabajos de Mariela Pérez Chavarría, así como de María Antonieta Rebeil Corella, Clemente Sánchez Uribe y Rosa Isabel Montes Mendoza, entre otros.

### **c) Comunicación e innovación**

En Argentina, Marcel Manucci es uno de los representantes destacados en este tema, al igual que Carlos Delgado Flores y Luis Carlos Díaz, en Venezuela. Por su parte, en Colombia se encuentran aportaciones de Francisco Manrique y Mariluz Restrepo. En México, Enrique Yelin ha realizado investigaciones sobre la *Innovación en Comunicación ligada a la Gestión Estratégica y Políticas de Desarrollo*, mientras que Rosalía Winocur se ha enfocado a la innovación en comunidades populares y urbanas.

### **d) Comunicación estratégica**

La comunicación estratégica ha sido motivo de amplia investigación y análisis en toda América Latina con exponentes tales como Paul Capriotti, Daniel Scheinsohn y Sandra Massoni, en

Argentina; Ítalo Pizzolante en Venezuela; Teresa del Pilar Niño Benavides en Colombia; Margarida Krohling Kunsch y Cleusa María Andrade Scroferneker en Brasil. Otro caso es el de Justo Villafañe, de origen Español pero con investigación aplicada en América Latina. En México se encuentra a Carlos Fernández Collado, Bruno Newman, Marta Mejía y María Antonieta Rebeil, quien ha coordinado importantes textos colectivos como *El poder de la comunicación en las organizaciones* y *Comunicación estratégica en las organizaciones*.

#### **e) Comunicación y productividad**

Una de las principales preocupaciones en la comunicación ha sido cómo mostrar su contribución a la productividad de las empresas, en este sentido destaca la aportación de Abraham Nosnik Ostrowiak quien ha generado propuestas desde distintos enfoques sobre comunicación, liderazgo y productividad para las organizaciones. Asimismo se encuentran las investigaciones de Esther Casares, Luis Roberto Domínguez Aguirre, Jaime Alfonso Sánchez Garza, Zacarías Torres Hernández, Alfonso Siliceo Aguilar, David Casares Arrangoiz, José Luis González Martínez y Patricia Durán Bravo.

#### **f) Relaciones Públicas**

En América Latina destaca el trabajo desarrollado en Brasil por parte de Margarida Krohling Kunsch y María Aparecida Ferrari, así como las contribuciones del venezolano Juan Carlos Molleda, con estudios al respecto en países como México, Colombia, Venezuela y Brasil. En México, las primeras aportaciones sobre el tema estuvieron a cargo de Carlos Bonilla; sin embargo, destaca el trabajo de María Antonieta Rebeil Corella, Directora del Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA) de la Universidad Anáhuac México Norte, institución que fue electa para realizar el capítulo sobre México para el *The Global Public Relations Handbook* en 2009. Otros mexicanos que realizan investigación aplicada en el tema son: Rebeca Arévalo, Marco Herrera y Lorena Carreño.

#### **g) Comunicación interna**

En América Latina se han desarrollado amplias investigaciones en Brasil, a cargo de Margarida Krohling y Cleusa María Andrade; Teresa del Pilar Niño y Ana María López en Colombia; así



como Agrivalca Canelón en Venezuela. En México destaca la investigación de Clemente Sánchez sobre *La disciplina de la comunicación organizacional en México*, así como diversas investigaciones sobre el tema realizadas por Salvador Sánchez, Horacio Andrade, Juan Guillermo Pérez, Serafina Llano, Alejandro Berrocali, Leticia Narváz e Ignacio Campillo, entre otros.

### **Bases de la Comunicación Aplicada para América Latina**

Las preguntas que siguen de la revisión de autores y temáticas latinoamericanos que han contribuido a la conformación de un cuerpo teórico de Comunicación Aplicada conlleva a la formulación de las siguientes preguntas: ¿cuáles son las características sobresalientes de la Comunicación Aplicada en América Latina?; ¿cuáles son las fortalezas sobre las cuales debe seguir indagando?; ¿cuáles son las demandas que la realidad social le presenta a la Comunicación Aplicada en América Latina?; ¿cómo fortalecer y dar profundidad teórica y metodológica y de diseño de estrategias de comunicación a las actividades que actualmente se llevan a cabo en América Latina?

Claramente, a partir del recuento breve e incompleto que se hace en la sección anterior, una característica sobresaliente de la producción en Comunicación Aplicada en América Latina es la de amplitud y variedad de los temas abarcados. En cada una de las temáticas presentadas se encuentran exponentes de uno o varios países latinoamericanos y en mayor o menor medida, estos autores hacen propuestas de solución a los problemas de la realidad social.

Otra característica que vale la pena destacar es la profundidad lograda en algunos de éstos. Por ejemplo, se puede señalar toda el área temática de la comunicación en y de las organizaciones, en términos de aplicación de los conocimientos a la resolución de problemas en la práctica ha logrado niveles escasamente reconocidos por el ámbito de la academia. Pero no hay duda de la existencia de un cuerpo teórico amplio y ampliamente fundamentado en cada uno de estos temas en América Latina.

### **Problemáticas de América Latina que deben ser atendidas desde la Comunicación**

En un análisis breve a vuelo pájaro de las problemáticas clave que vive la región, se pueden enumerar de la siguiente manera:

1. Los niveles de pobreza y desigualdad que enfrentan las naciones del continente, tal vez sean dos de los problemas más evidentes que enfrenta la región. Se trata de cuestiones graves en sí pero también por las consecuencias que generan, tales como el desempleo, la



inseguridad, la reducción de la cohesión social y los problemas de exclusión que se dan de manera predominante entre la población de indígenas que habitan principalmente en las zonas rurales. Desde la Comunicación Aplicada se pueden pensar políticas y estrategias que promuevan la cohesión, la inclusión y el combate a la pobreza. La Comunicación Aplicada tiene el reto de proponer opciones para incrementar la productividad y la competitividad de la base industrial de los países.

2. La baja consolidación de los procesos democráticos en América Latina se manifiesta con la concentración del poder, brotes de violencia, la corrupción y la desigualdad en la participación cívica de los ciudadanos. La comunicación indudablemente tiene que ver con el incremento de las actividades que los ciudadanos en la vida democrática de sus países. A mayor riqueza en la información y la expresión, necesariamente se da menor concentración de poder y se genera transparencia en los procesos económicos y políticos, lo cual es un antídoto para la corrupción.
3. La región latinoamericana no está integrada en calidad de una unión (como lo han hecho otros países en Europa, por ejemplo) lo cual ha retardado procesos vitales para su desarrollo. Ello representa un desafío geopolítico que le ha tomado a la región 200 años para tener una posición de unidad. Una medida inicial que se ha tomado es el establecimiento de la Comunidad de Estados de América Latina y el Caribe. La Comunicación Aplicada tiene un papel fundamental en la cohesión del continente y en el fomento de las relaciones exteriores para el desarrollo. Para eso, los ámbitos de la comunicación estratégica, relaciones públicas y la responsabilidad social organizacional son fundamentales.
4. La falta de integración del continente se refleja de manera fundamental en los temas propios de las comunicaciones. Como ejemplos se pueden mencionar la desintegración de las telecomunicaciones y otras más como la energética y de infraestructura de la región. En ocasiones suele ser más costoso comunicarse entre países latinoamericanos que con otros del orbe internacional. La Comunicación Aplicada debe estudiar estas cuestiones y proponer más políticas públicas y programas para promover esta integración.

5. El insuficiente desarrollo de la tecnología y su incorporación al sistema productivo, así como a los procesos políticos, educativos, de salud, alimentación y culturales. Para la Comunicación Aplicada, éste es un tema vital y central en el sentido de que la tecnología se ha convertido en el soporte de todos los procesos sociales.
6. Otra cuestión central de la problemática que afecta a la región es la falta de oportunidades para que los niños y jóvenes de América Latina cuenten con acceso universal a sistemas educativos. Como en la economía, la educación se caracteriza por la falta de equidad y los niveles de analfabetismo que tienen algunos de los países de la región; es una evidencia contundente de este problema. Respecto de la edu-comunicación, son notables los análisis que ha hecho la Comunicación Aplicada. También se han hecho aportaciones en el camino de las aplicaciones práctica. No obstante, aun queda camino por recorrer para incrementar la propuesta de soluciones y su implementación mediante el uso de los medios y las nuevas tecnologías a la tarea.

### **Reflexiones finales**

A nivel América Latina, como se observa a lo largo de la revisión de los trabajos en comunicación aplicada de los cuales se ha dado cuenta en este texto, existen algunas áreas de investigación sobre las que podría generarse más propuestas a fin de atender los problemas que se enfrentan en la región. A continuación se presenta una lista enunciativa, más no limitativa, de las áreas de oportunidad que existen para el desarrollo de la comunicación aplicada:

El estudio sobre Internet, la sociedad de la información y las nuevas tecnologías en la comunicación, a la luz no sólo de investigaciones descriptivas sobre el uso y acceso, sino propuestas sobre metodologías, modelos y aplicaciones que incidan en las habilidades y aplicaciones en los problemas sociales que demanda la región (Trejo y Sosa, 2011).

Estudios sobre comunicación y cultura desde un ámbito sociológico y etnográfico que permitan establecer relaciones las industrias culturales y la economía, la globalización, la audiencia, la convergencia tecnológica, entre otros ámbitos que han tenido cambios sustanciales en los últimos años en la región.

La integración de metodología de la investigación en programas de estudio de comunicación para generar mayor conciencia de su importancia en el campo profesional, no sólo académico.

En cuanto a los estudios de recepción es necesario profundizar en el análisis de las nuevas realidades económicas, políticas y culturales de las audiencias, así como incorporar estudios referentes a la convergencia tecnológica, los géneros programáticos, el consumo de publicidad y la incidencia de los medios en otros ámbitos como la educación y el trabajo (Winocur, 2006).

Estudios sobre epistemología de la comunicación aplicada en el ámbito laboral, así como, sobre comunicación estratégica o integral aplicada para las micro, pequeñas y medianas empresas, así como para organizaciones públicas y de la sociedad civil (Fuentes, 2011; Rebeil, 2011).

Investigación sobre democracia y medios de comunicación, en el marco de las nuevas formas de participación ciudadana, los derechos humanos, la ciberciudadanía y los movimientos sociales, entre otros aspectos que siguen siendo cruciales para el desarrollo de estos países (Alva y Carrera, 2011).

Generación de pautas o modelos que permitan medir de manera más clara la incidencia de la comunicación en la productividad y el bienestar de los integrantes de cualquier tipo de organización o institución a la luz de las necesidades de las organizaciones de la región ante el ámbito de la competitividad internacional.

En lo referente a la investigación sobre juventud y comunicación se hace necesario incrementar el análisis de la propuesta de contenidos mediáticos con un tratamiento adecuado a sus problemáticas, la conformación de una audiencia crítica y la inclusión de este sector de la sociedad (Portillo y Corduneanu, 2011).

Investigación sobre la cultura organizacional en el ámbito de la globalización y el desvanecimiento de fronteras dentro de la región y hacia otras regiones.

La comunicación como factor sustancial de la responsabilidad social de las organizaciones para el desarrollo sostenible del entorno, el cuidado y preservación del medio ambiente, el establecimiento de condiciones laborales adecuadas, así como la operación de relaciones comerciales con base en el bien común (Guadarrama, s/f).

Lo anterior lleva a la afirmación de que no es posible mantener un abismo entre la producción del conocimiento, la observación y el análisis científico y las propuestas de intervención ante la realidad social. Los diversos estudios que se enumeran en el texto, productos de la investigación de las distintas temáticas en América Latina, son evidencias del anhelo de algunos teóricos y

prácticos de la comunicación por convertir los planteamientos científicos en soluciones para el cambio, la inclusión y la justicia social.

Plantearse problemáticas desde la óptica de la comunicación sin duda abre espacios innumerables para la acción comprometida por parte de quienes detentan esta profesión que es fundamental en la sociedad: la Comunicación, entendida como el fluido invisible la cual hace que los demás procesos económicos, políticos, sociales y culturales se gesten en el ámbito de las sociedades.

El impulso a la investigación, a partir de demostrar cómo sus resultados son aplicables a la solución de problemas de la sociedad y de las organizaciones y los grupos, significa un paso ineludible que pueden y deben dar más investigadores de la comunicación. Las aportaciones no solamente están en la ampliación de la comprensión de los fenómenos y en la producción de datos, estadísticas o explicación de los fenómenos, sino también en proveer soluciones a la medida. Así es como la Comunicación Aplicada revela información sustantiva y significativa acerca del problema social que está analizando.

La base de la Comunicación Aplicada son los planteamientos teóricos de fondo, no obstante, su propósito no queda en la producción de bases conceptuales y teóricas que permiten la descripción y la explicación de los fenómenos sociales. Los trabajos de investigación de la Comunicación Aplicada inician con la investigación básica pero su fin ulterior es generar conocimiento que permita abordar los problemas del mundo real. Los investigadores de la Comunicación Aplicada reconocen que “la investigación pura es una fase preliminar de la investigación aplicada” (Ander-Egg, 2003).

## **Bibliografía:**

Ander-Egg, E. (2003). *Repensando la Investigación-Acción Participativa*. Colección Política y Trabajo Social. Recuperado de <http://www.terras.edu.ar/aula/cursos/10/biblio/10ANDER-EGG-Ezequiel-La-investigacion-propiamente-dicha.pdf> el 12 de abril de 2012

Alva, A. R. y Carrera, A. *Sociedad civil, participación y comunicación*, en Vega, A. (Coord.) (2011). *La comunicación en México. Una agenda de investigación*. México, D.F.: UNAM y Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación.

Bacon, F. (1993). *Novum Organum* (editado originalmente en 1620). En Adler, M. Great Books of the Western World. (Núm 28) Chicago: Enciclopedia Británica, Inc.

Cañizalez, A. *Comunicación para la Democracia. Una travesía latinoamericana*, en Aguirre, J.M. y Bisbal, M. (Coords.). (2010) *Prácticas y travesías de comunicación en América Latina*. Venezuela: Fundación Centro Gumilla.

Cissna, K., Eadie, W. & Hickson, M., III. (2009). *The development of applied communication research*. En Frey, L. & Cissna, K. (Eds.) *Routledge handbook of applied communication research* (pp. 3-25). New York: Routledge.

Cortés, F. y De Oliveira, O. (Coords.) (2010). *Desigualdad social*. México, D. F.: El Colegio de México

Cragan, J. & Shields, D. (1981). *Applied communication research: A dramatic approach*. Prospect Heights. Illinois: Waveland Press

Del Prado, R. (2008). *Lo político entre pragmatismo y deconstrucción: De Rorty a Derrida*. Recuperado de <http://www.posgrado.unam.mx/filosofia/files/02prado.pdf> el 19 de mayo de 2012

Donohue, W., Allen, M. & Burrell, N. (1985). Coding naturalistic negotiation interaction. *Human Communication Research*. (10) 403-425

Esteinou, J. y Sánchez, R. (S/A). *Panorámica sobre el Análisis de las Políticas de Comunicación en México*, México: UNAM y UAM-X

FAO. (1998). *Directrices sobre comunicación para el desarrollo rural*. FAO

Frey, L. & Cissna, K. (Eds.) (2009). *Routledge Handbook of Applied Communication Research*. Nueva York: Routledge

Fuentes, R. y Hernández, F. *Historia de la comunicación. Historia de los medios y del campo académico: reflexiones sobre el futuro de la investigación*, en Vega, A. (Coord.) (2011). *La comunicación en México. Una agenda de investigación*. México, D.F.: UNAM y Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación

Guadarrama, L. A. (s/f). *Conocimiento con valores*. Recuperado de [http://www.uaemex.mx/PRDI/docs/Taller%20de%20Planeacion%20Estrategica/Func\\_Respeto/5%20%20Valores.pdf](http://www.uaemex.mx/PRDI/docs/Taller%20de%20Planeacion%20Estrategica/Func_Respeto/5%20%20Valores.pdf)

Gutiérrez, G. (2010). Investigación Básica y Aplicada en Psicología: Tres modelos de desarrollo. *Revista Colombiana de Psicología*. (19) 1, Enero-Junio, 2010. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. Recuperada de <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/804/80415077011.pdf> el 14 de abril de 2012

Jablin, F. y Putnam, L. (Eds.) (2000). *The New Handbook of Organizational Communication: Advances in Theory, Research, and Methods*. California: Sage Publications, Inc.

Jiménez, C. y Muñoz, J. (S/A). *Políticas públicas y el rol del Estado en los medios de comunicación en Chile*. Chile: Universidad de La Frontera

Labastida, J. y Aréchiga, V. (Coords) (2010). *Identidad y diferencia. La política y la cultura*. (Volumen 1). México, D. F.: Siglo XXI Editores, Asociación Filosófica de México e IIF.

Luhman, N., De Georgi, R. (1993). *Teoría de la sociedad*. (Miguel Romero Pérez y Carlos Villalobos Trads.). México: Universidad de Guadalajara, Universidad Iberoamericana e Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente.

Machinea, J. y Serra, N. (Eds.) (2007). *Visiones del desarrollo en América Latina*. Santiago de Chile: CEPAL y Fundación CIDOB

Miller, G. y Sunnafrank, M. (1984). Theoretical dimensions of applied communication research. *The Quarterly Journal of Speech*.(70) 255-263. Recuperado de <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00335638409383695> el 12 de abril de 2012

Miralles, A. M. (2001). *Comunicación para el Desarrollo Urbano*. (3) 1.Colombia: Universidad Pontificia Bolivariana

Montoya, A. (Coord.) (2004). *México hacia el 2025* (Tomos 1 y 2). México: Centro de Estudios Estratégicos Nacionales, IPN, UIA, UAM y Noriega Editores

O'Connor, W. (s/f). *Liberal Arts in the Twenty-First Century. Keynote Remarks Kenan Center Assurance Conference Chapel Hill*. North Carolina: American Academy for Liberal Education. Recuperado el 14 de abril de 2012 en <http://www.aale.org/pdf/connor.pdf>

O'Hair, D. & Kreps, G. (1990). *Applied Communication Theory and Research*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

Portillo, M y Corduneanu, I. *Panorama de los estudios de juventud y comunicación*, en Vega, A. (Coord.) (2011). *La comunicación en México. Una agenda de investigación*. México, D.F.: UNAM y Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación

Prado, J. (1999). *Ética, profesión y medios: La apuesta por la libertad en el éxtasis de la comunicación*. México, D.F.: Universidad Iberoamericana Fe-Cultura

Rebeil, M. A. y Hernández, J. *Comunicación integral en las organizaciones: revisión de avances y prioridades en la investigación*, en Vega, A. (Coord.) (2011). *La comunicación en México*.



*Una agenda de investigación.* México, D.F.: UNAM y Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación

Rebeil, M.A. y Gómez, D. (Coords.) (2010). *Ética e identidad cultural: La influencia de los medios mediático.* México D.F.: Editorial Porrúa

Rebeil, M.A. y Gómez, D. (Coords.) (2008). *Ética, Violencia y Televisión.* México D.F.: Editorial Trillas

The National Communication Association website. Recuperado de <http://www.natcom.org/interestgroups/> el 12 de abril de 2012

Trejo, R y Sosa, G. *Campo nuevo, problemas viejos. La investigación mexicana en materia de sociedad de la información, Internet, cibercultura y telecomunicaciones,* en Vega, A. (Coord.) (2011). *La comunicación en México. Una agenda de investigación.* México, D.F.: UNAM y Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación

Watzlawick, P. (1971). *Pragmatics on Human Communication,* W. W. Norton & Co. 1967. Versión castellana: *Teoría de la comunicación humana,* Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires, 1971. Recuperada de <http://www.reddircom.org/textos/imposiblenocom.pdf> el 13 de abril de 2012

Winocur, R. (2006). *Internet en la vida cotidiana de los jóvenes.* Recuperado de <http://www.ejournal.unam.mx/rms/2006-3/RMS006000305.pdf> el 21 de mayo de 2012

World Bank. (2010). *Did Latin America learn to shield its Poor from Economic Shocks?*

Recuperado de

[http://siteresources.worldbank.org/INTLACREGTOPPOVANA/Resources/LACs\\_Poor\\_and\\_EconomEc\\_Shocks.pdf](http://siteresources.worldbank.org/INTLACREGTOPPOVANA/Resources/LACs_Poor_and_EconomEc_Shocks.pdf) el 21 de mayo de 2012