



VII. Nuevas tendencias: Fake news, datificación...

Desafíos para la publicación de alto impacto científico en comunicación. El caso de América Latina

Challenges for high impact scientific publications in communication: The case of Latin America

Juan-Fernando Muñoz-Uribe

Universidad Pontificia Bolivariana, Colombia

juan.munoz@upb.edu.co

Resumen

La producción científica de impacto representa un desafío y un reto para los investigadores de Comunicación, ya que, los indicadores de gestión académica obligan a considerar estrategias para tal efecto. La presente propuesta presenta una revisión del fenómeno con metodología investigativa de carácter exploratorio y uso de herramientas de vigilancia tecnológica, teniendo de base Scopus y un ejercicio comparativo previo, a fin de examinar la visibilidad de la producción científica mundial en comunicación y, específicamente, el caso de América Latina. Los resultados evidencian aún la incipiente producción científica regional de impacto, el escalamiento español en el «ranking» internacional y el predominio estadounidense.

Abstract

The scientific production of impact represents a challenge for Communication researchers, since the academic management indicators make it necessary to consider strategies for this purpose. This proposal presents a review of the phenomenon with an exploratory research methodology and the use of technological surveillance tools based on Scopus and a previous comparative exercise. The aim is to examine the visibility of the world's scientific production in communication and, more specifically, the case of Latin America. The results still show the incipient regional scientific production of impact, the Spanish escalation in the international ranking and the predominance of the United States.

Palabras clave / Keywords

Investigación en comunicación; producción científica; comunicación; publicación; vigilancia tecnológica; visibilidad.

Communication research; scientific production; communication; publication; technology watch; visibility.

1. Introducción

La preocupación por una producción científica de alto impacto persiste entre los investigadores de Comunicación y sus instituciones educativas y, cada vez, se promulgan acciones e iniciativas que propendan por la atención de este asunto meritorio en los estándares de calidad académica, gestión del conocimiento, visibilidad en los entornos y competitividad del mercado educativo.

La incidencia de la producción científica latinoamericana en asuntos relacionados con la comunicación denota no solo interés sino también motivación y empeño en cuanto a provocaciones, contenciones y esfuerzos que ello implica para la academia y, por supuesto, a los investigadores que se insertan en las lógicas internacionales de impacto de la ciencia desde la visibilización de la producción de conocimiento.

Cada vez es mayor la importancia por procurar la visibilidad internacional con publicaciones científicas de alto impacto y de acuerdo con estándares de calidad, en lógica de acreditación de sus autores (Tur-Viñes et al., 2012), como también un conjunto de decisiones han articulado cambios y estrategias sustanciales en torno a la investigación, a la educación, al funcionamiento de las comunidades académicas, a la investigación sobre comunicación (Martínez-Nicolás, 2020), a la incorporación de prácticas innovadoras en el entorno (Calderón et al., 2017) como al desarrollo de mejores competencias docentes y discentes (Larrán & Andrades, 2015) y a la consolidación de redes de investigación.

2. Metodología

La metodología empleada es la investigación exploratoria con análisis de resultados de vigilancia tecnológica e inteligencia estratégica de la producción científica en comunicación y periodismo de la base de datos Scopus, de acuerdo con el «ranking» Scimago Journal and Country Rank (SJR). La metodología seleccionada permite identificar las tendencias de investigación en comunicación y periodismo en el mundo y América Latina mediante la exploración del registro de publicaciones de artículos, autores, años y países como indicadores de tendencias para tres períodos.

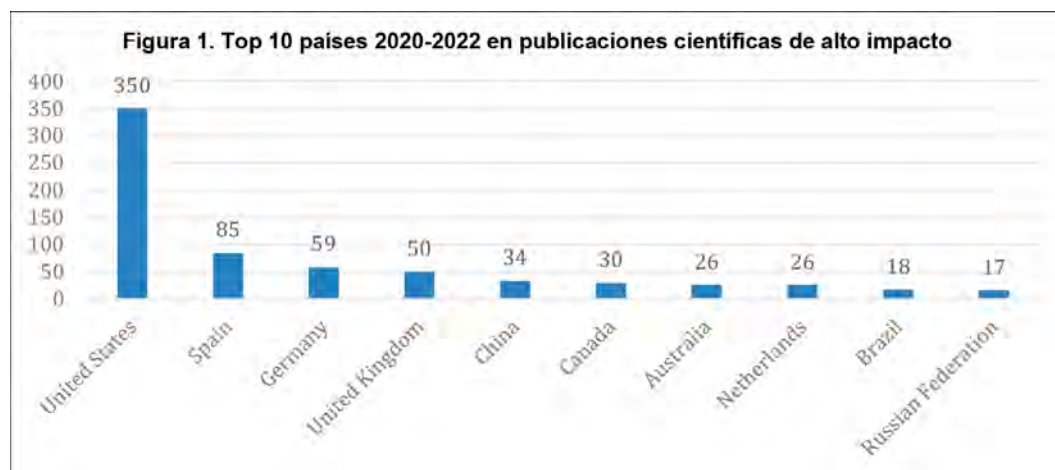
En el primer semestre de 2021 se pudo confirmar, mediante un ejercicio de vigilancia tecnológica, el comportamiento de la producción científica en comunicación y periodismo desde 1960 hasta junio de 2019 (Muñoz-Urbe, 2021). En junio de 2022 se retomó el ejercicio de vigilancia tecnológica e inteligencia estratégica teniendo como referencia de filtro los siguientes temas y títulos (iguales a los concebidos como palabras clave en la vigilancia anterior): «currículos de comunicación, educación en comunicación, cursos de comunicación, estudios de comunicación, aprendizaje en comunicación, enseñanza de la comunicación e investigación en comunicación». En esta oportunidad, se cumplieron las etapas de priorización (1) búsqueda y captura de información; (2) análisis de información; (3) valoración de información; (4) y comunicación; (5) y se utilizaron las herramientas de visualización de Scopus y del programa Vantage-Point.

3. Resultados

Metodológicamente la investigación se estipuló en tres períodos:

- Período 2000-2022: 5.215 registros.
- Período 2014-2019: 1.765 registros.
- Período 2018-2022: 1.513 registros.

Hasta 2019, los primeros cinco países de mayor visibilidad en producción científica en comunicación (Figura 1) fueron en su orden: Estados Unidos, Reino Unido, España, Alemania y China.

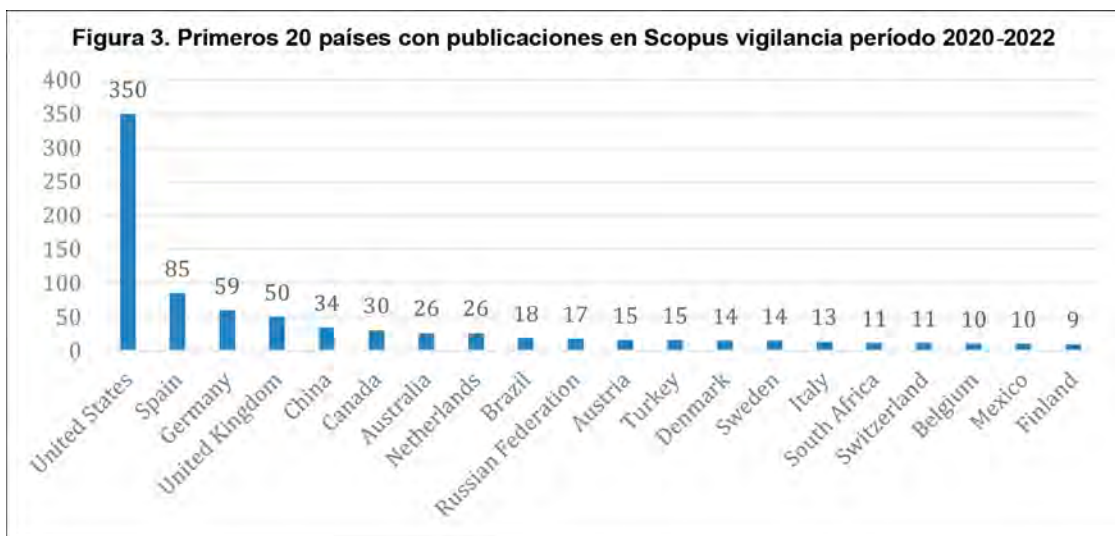


En la segunda vigilancia tecnológica, realizada para el periodo 2020-2022, se evidencian los siguientes aspectos:

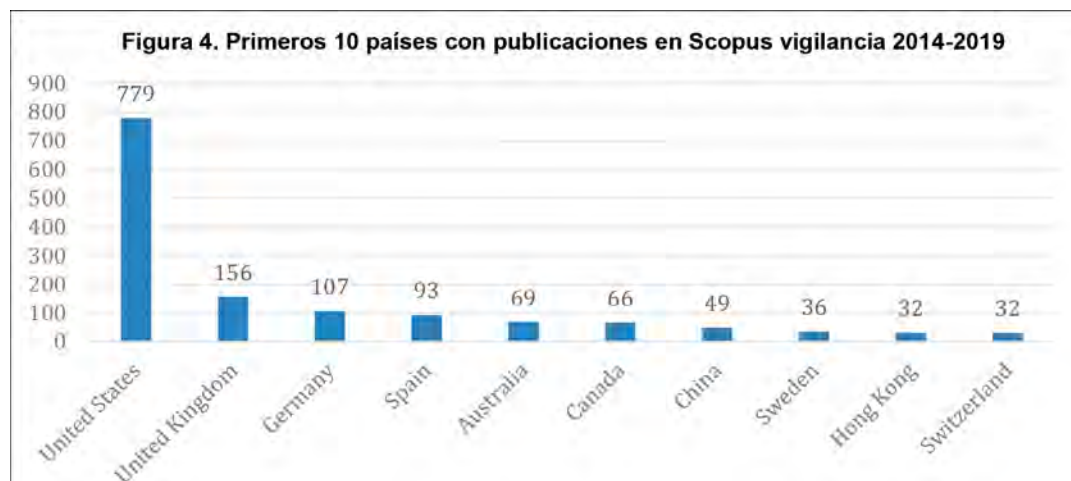
- Estados Unidos se consolida, en el primer lugar de publicación científica de alto impacto, en comunicación en la primera y segunda vigilancia tecnológica (Figura 2).
- España, que ocupaba el tercer lugar del «ranking» internacional, pasa al segundo lugar.
- Reino Unido baja del segundo lugar al cuarto de la clasificación mundial y Alemania sube del cuarto lugar al tercero.
- China conserva el quinto lugar en la vigilancia tecnológica de 2019 (1) y de 2022 (2).
- Australia baja del sexto lugar a la séptima ocupación. Y, Canadá asciende de la séptima posición a la sexta.
- Holanda, que ocupaba el décimo puesto en la primera vigilancia tecnológica, sube al octavo lugar.
- Brasil, que en la primera vigilancia asumía el puesto 23, asciende al puesto nueve del top 10 del «ranking» internacional y se convierte en el único país de América Latina que ingresa a la clasificación de los primeros 10 países con publicaciones de alto impacto científico en comunicación.
- Rusia ingresa al «top» 10 en el último lugar de la clasificación.
- En la primera vigilancia tecnológica, Brasil reportaba 27 registros en el puesto 23 del «ranking» internacional y durante la segunda vigilancia disminuye a 18 el número de registros, pero asciende al «top» 10 de países.



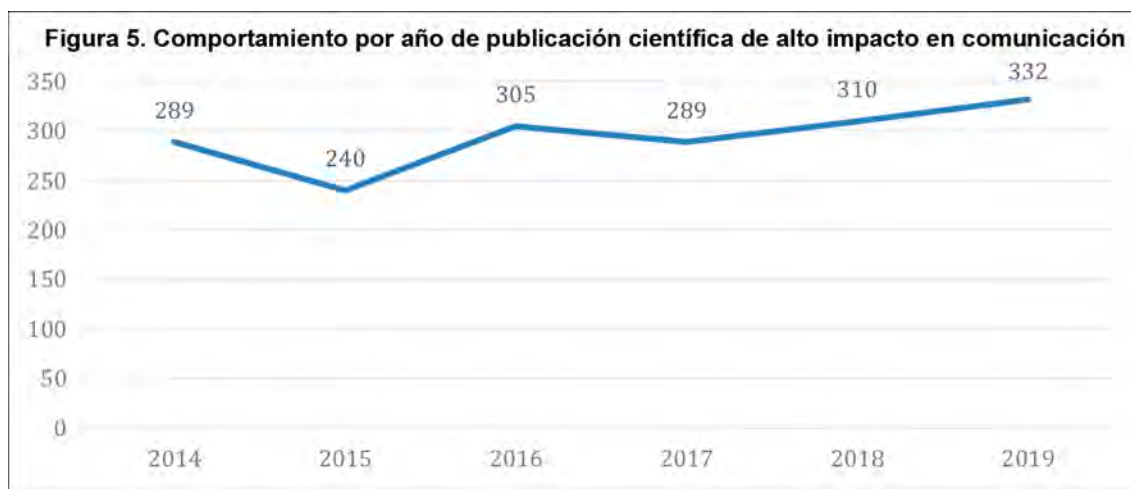
Al compararse los resultados de la primera vigilancia tecnológica (Muñoz-Urbe, 2019: 203) con la segunda vigilancia tecnológica (2022) (Figura 3) se encuentra que Austria pasa del vigésimo lugar, en 2019, al undécimo lugar en 2022; Turquía desaparece de los primeros 20 países; Dinamarca asciende del puesto 16 al 13; Suecia desciende del puesto 9 al 14; Italia desciende del puesto 14 al 15; Suráfrica, que ocupaba el lugar 12 desciende a la casilla 16; Suiza, en el lugar 13 desciende al 17; Bélgica, que no estaba en la clasificación de la primera vigilancia de los primeros 20 países, aparece en el lugar 18; México asciende del puesto 29 al lugar 19; Finlandia, del puesto 15 desciende al 20; Hong Kong desciende al puesto 37 en la segunda vigilancia de 2022 cuando en 2019 ocupaba el octavo lugar; situación similar ocurre con Taiwán, que estaba en el lugar 11 y pasa al 33; Singapur del 17 al 36, Francia del 18 al 35 e Israel del 19 al 29.



De América Latina, los únicos países que aparecen en el «ranking» internacional de los primeros 20 lugares son, en su orden, Brasil y México (que ascienden notablemente en la clasificación mundial). Y luego, Chile (permanece en lugar 34); Argentina (del 38 al 43); Colombia (del 31 al 44); Perú (en el 54) y Costa Rica (en el 59) en los primeros 70 países.



En el período anterior (2014-2019) (Figura 4) España se encontraba en el cuarto lugar, como único país de habla hispana entre los 10 países mejor clasificados en producción científica de alto impacto en comunicación.



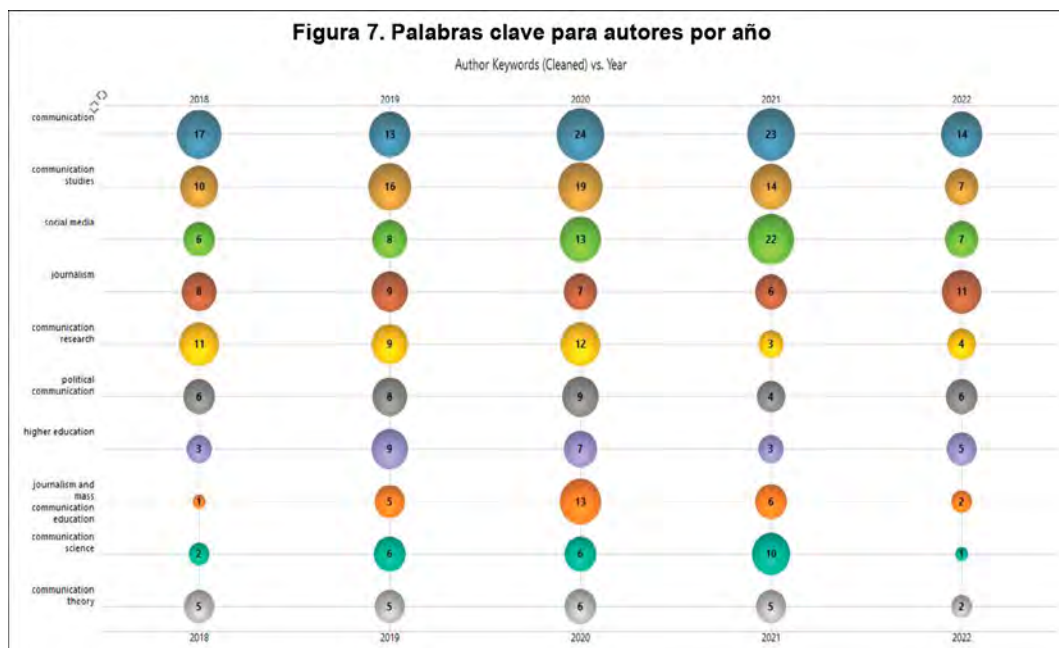
Con respecto al período 2014-2019 logra evidenciarse un descenso en la publicación científica de 2014 a 2015; pero, a partir de este último año la tendencia es al ascenso progresivo (Figura 5), con una ligera disminución entre 2016 y 2017 para luego continuar al alza hasta 2019.

Cuando se visualiza el comportamiento de la publicación científica de alto impacto en comunicación en lo que va corrido del siglo vigésimo (Figura 6) se encuentra que entre los años 2000 y 2008 el índice de publicación mantiene un promedio anual de 71,8 con muy ligeras

variaciones; solo a partir de 2009 comienza un aumento diferencial y sustancial con relación a los nueve años anteriores (casi la primera década) y, en la segunda década el índice casi se cuadruplica al llegar a 274 promedio anual y solo con un descenso entre 2014 a 2015. Se identifica, igualmente, un crecimiento en la publicación científica del 22,10% en los 5 últimos años (2017-2021), como también un decrecimiento de -9,7% de 2021 con relación a 2020 que, posiblemente se podría asociar a las consecuencias de la pandemia del Covid-19.



En los últimos 4 años (2018-2021) y en el primer semestre de 2022 (Figura 7), la palabra clave preferida por los autores con publicaciones de alto impacto científico en comunicación es «communication», seguida de «communication studies».



Palabra clave como «social media» tuvo un aumento de preferencia en 2021, mientras que en ese mismo año la palabra clave «communications research», que venía con un buen promedio año tras año, en el quinto lugar, desciende sustancialmente. Las cinco palabras claves en los últimos cinco años han sido «communication, communication studies, social media, journalism y communication research».

4. Discusión

La investigación en comunicación y, específicamente, en el asunto de lo masivo (los «mass media») comenzó a la par con el siglo XX (McQuail & Windahl, 2013) con una aproximación científica sustentable en el pensamiento social, la tendencia investigativa alemana y las contribuciones estadounidenses (Moragas, 2013) de acuerdo con la aparición de teorías comunicativas que daban explicación a lo simbólico, a lo productivo y a lo reproductivo en examen de los patrones socioculturales (Craig, 1999).

América Latina siempre ha estado asida a la contribución europea y estadounidense (Nixon, 1982); incluso, desde los comienzos de los primeros programas de periodismo y comunicación en la región y los años setenta en España (López-García, 2010); sin embargo, en los países latinoamericanos aparecieron desempeños alternos y posiciones críticas a propósito de tal incidencia (Torrico, 2016) en procura de la apertura de caminos de interposición refulante y combativa por una discursividad contraria a las estructuras predominantes (Trejo-Delarbre, 1992). A lo anterior, hubo de sumarse aquella tensión entre investigación básica e investigación aplicada que sometió a una oposición «entre los saberes profesionales y la reflexión crítica de los procesos mediáticos» (Marques-de-Melo, 2014: 38), en medio de un cuestionamiento por su insolvencia epistémica al comparársele con otras ciencias (Vizer & Vidales, 2016).

Cada vez es mayor la importancia por procurar la visibilidad internacional con publicaciones científicas de alto impacto y de acuerdo con estándares de calidad, en lógica de acreditación de sus autores (Tur-Viñes et al., 2012), como también un conjunto de decisiones han articulado cambios y estrategias sustanciales en torno a la investigación, a la educación, al funcionamiento de las comunidades académicas, a la investigación sobre comunicación (Martínez-Nicolás, 2020), a la incorporación de prácticas innovadoras en el entorno (Calderón et al., 2017) como al desarrollo de mejores competencias docentes y discentes (Larrán & Andrades, 2015) y a la consolidación de redes de investigación. García-Canclini (1995) intuye una sobrevaloración de la condición transformadora de los movimientos sociales y Beltrán (2006) presenta la inconformidad por la instrumentalización de la comunicación en perpetuación de la dependencia y la dominación.

Desde la década del cincuenta, instituciones universitarias europeas y estadounidenses fomentaron la cualificación formativa e investigativa de asiáticos, africanos, latinoamericanos, estadounidenses y europeos con la promoción de programas educativos e institutos de investigación en comunicación (Rogers & Hart, 2002). Wolf (1987) llegó a sugerir que en los años setenta, aunque había una creciente motivación por la investigación en comunicación, no correspondía con los estándares necesarios para su éxito: falta de composición unifor-

me, fragmentación de sus áreas de interés y carencia de rigor disciplinario. Berelson (1959) suscita discusión en torno a su dimensión modesta no solo de la comunicación como campo, sino también de la investigación en comunicación cuando auguró un marchitamiento en su estado. Calificó, igualmente, a la Teoría Matemática de la Comunicación como una aproximación menor (López, 1998) mientras Fuentes-Navarro (2012: 15) dice que es «fuente de pobreza intelectual», muy en contradicción los dos autores con la trascendencia que a la investigación y sobre los aportes de los pioneros en comunicación expresaban Schramm et al. (1959), referentes de la comunicología, los cuales advertían que la investigación en comunicación es un campo al cual acceden diversas disciplinas para atender sus preocupaciones principales. Moragas (2013) reitera que las críticas se produjeron cuando con tal teoría pretendían asumirse aspectos del proceso comunicativo de modo aislado de los interlocutores y los medios utilizados para tal fin.

De acuerdo con Laverde y Aranguren (2017) Martín-Barbero propone investigar la comunicación desde el campo de las ciencias sociales, los estudios culturales y el análisis de los conflictos sociales, lo cual, repercutió en la elaboración de los planes de estudio y los alcances de la investigación en comunicación regional. Atribuir a la comunicación el carácter de disciplina por inventariar presupuestos ontológicos y epistemológicos sería partir de la lógica de no haber una definición de su objeto de estudio y en efecto a que no son explícitos sus principios epistemológicos (Sánchez & Campos, 2009). Enghel y Becerra (2018) plantean que la producción académica en comunicación tiene reconocimiento por su sincretismo teórico y metodológico.

Corona-Berkin (2017) aconseja que la comunicación no ha de estar reducida a planteamientos teóricos estandarizados y excluyentes. Entre tanto, Vidales (2015) sugiere trascender el contexto regional e interesarse por la atención de los problemas de fundamentación conceptual e identidad académica que debería tener el campo de la comunicación. Bolaño (2013) cuestiona un establecimiento sucesivo y hegemónico de una visión del mundo distante de la atención de las problemáticas sociales y García Canclini advierte un «populismo político y comunicacional» (1995: 22) en autores latinoamericanos. En tanto, Moragas (2005) llama la atención cuando la investigación en comunicación desatiende las preocupaciones académicas.

5. Conclusiones

La producción científica de alto impacto en comunicación viene en crecimiento progresivo en los últimos 5 años con relación al lustro anterior, y muy superior el de la última década con base en la primera década del siglo, y significativamente más alto el registro documental de los últimos 20 años en comparación con la publicación científica desde 1960, que hasta la década del 80 se sostenía en el ejercicio editorial impreso, el cual, progresivamente fue siendo desplazado por las tecnologías digitales, Internet, las plataformas digitales y los repositorios. También es necesario recordar que Scopus comenzó a registrar publicaciones a partir de 2004, año en que comenzó a funcionar como base de datos para digitalizar documentos que otros solamente tenían su versión impresa.

Muy por delante, Estados Unidos lidera con ventaja la visibilidad de la producción de conocimiento de alto impacto en comunicación y un país como España deja evidenciar su estrategia de fomentar el aumento de su producción de conocimiento y de su publicación de alto impacto, al punto que asciende en lugar del «ranking» internacional y cada vez presenta mejores y mayores resultados.

En el caso de América Latina siguen siendo Brasil y México, respectivamente, los dos países que puntúan la producción de alto impacto científico en la región, escalando también posiciones mayores en el «ranking» mundial. Los demás países siguen presentando menores registros, ubicaciones discretas en la clasificación internacional e inconsistencia en su crecimiento que resulta aleatorio.

Motiva a la reflexión en el seno de las instituciones educativas si este panorama concuerda con políticas y estrategias para el fortalecimiento de la producción de conocimiento y cuáles son las posibles inserciones en el concierto de las dinámicas de visualización del conocimiento científico, como también, la posible coincidencia de resultados con los debates, las reflexiones y la discusión que importantes teóricos e investigadores de la comunicación han hecho sobre el campo de conocimiento.

Aunque en el caso latinoamericano países como Brasil y México marcan tendencia en las vigilancias tecnológicas realizadas, todavía los índices de producción de conocimiento desde la investigación en comunicación y bajo los estándares impuestos en el escenario de la ciencia internacional no son los ideales. Habría que rastrear tales situaciones en causas como la incipiente articulación de investigadores coterráneos, invisibilidad de la producción científica en idiomas distintos al inglés, la mínima puntuación en el «ranking» internacional, además de una amplia y extensa oferta de temáticas y áreas asumidas desde el campo de la comunicación. Ello sin sumar la discusión en torno a la profundidad epistémica del campo comunicativo. Seguramente son desafíos y retos los que regiones como América Latina tendrán que asumir y comprender desde apuestas lógicas en torno a la producción de conocimiento y el beneficio que ello pueda acarrearle en el concierto regional e internacional.

Referencias

- Berelson, B. (1959). The State of Communication Research. In J.D. Peters, & P. Simonson (Eds.), *Mass Communication and American social thought: Key Texts, 1919 -1968* (pp. 440-445). Rowman & Littlefield.
- Bolaño, C. (2013). De volta ao mundo real: Epistemologia, política e o campo da comunicação. In M.M. Krohling (Ed.), *La comunicación en Iberoamérica: Políticas científicas y tecnológicas, posgrado y difusión de conocimiento* (pp. 121-132). <https://bit.ly/2ZgdcaP>
- Calderón, G., Gutiérrez, L., & Castaño, G. (2017). La investigación en las facultades de administración de Colombia. *Revista Lasallista de Investigación*, 14(1), 42-55. <https://bit.ly/3ziUXBr>
- Corona-Berkin, S. (2017). Methodology flows from the Latin American South. The zone of Communication and Horizontal Methodologies. *Comunicación y Sociedad*, 30, 89-94. <https://bit.ly/2ZgwsVy>
- Craig, R.T. (1999). *Communication theory as a field*. <https://bit.ly/3cH1DSc>
- Enghel, F., & Becerra, M. (2018). Here and there: (Re)situating Latin America in international communication theory. *Communication Theory*, 28(2), 111-130. <https://doi.org/10.1093/ct/qty005>
- Fuentes-Navarro, R. (2012). Una versión sobre el impacto de Versión. Estudios de Comunicación y Política en su XXV aniversario. *Estudios de Comunicación y Política*, 38, 11-21. <https://bit.ly/2riuvoC>
- García-Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Grijalbo. <https://bit.ly/3PLOciJ>

-
- Larrán, M., & Andrades, F. (2015). Análisis de la responsabilidad social universitaria desde diferentes enfoques teóricos. *Revista Iberoamericana de Educación Superior*, 6(15), 91-107. <https://bit.ly/3zJRAVA>
- Laverde, M.C., & Aranguren, F. (2017). Sobre los mapas diurnos y nocturnos de Jesús Martín Barbero (1997). In M. de-Moragas, J.L. Terrón, & O. Rincón (Eds.), *De los medios a las mediaciones de Jesús Martín Barbero, 30 años después* (pp. 66-86). <https://bit.ly/2yj0DMT>
- López-García, X. (2010). La formación de los periodistas en el siglo XXI en Brasil, España, Portugal y Puerto Rico. *Revista Latina de Comunicación Social*, 65, 231-243. <https://bit.ly/2poGVhu>
- López, R. (1998). Crítica de la Teoría de la Información: integración y fragmentación en el estudio de la comunicación. *Cinta Moebio*, 3, 24-30. <https://bit.ly/31m8Fk7>
- Marques-de-Melo, J. (2014). O campo científico da comunicação na América Latina: Perspectiva histórica. In C. Bolaño, D. Crovi-Druetta, & G. Cimadevilla (Eds.), *La contribución de América Latina al campo de la comunicación. Historia, enfoques teóricos, epistemológicos y tendencias de la investigación* (pp. 37-59). <https://bit.ly/31jq9O6>
- Martínez-Nicolás, M. (2020). La investigación sobre comunicación en España (1985-2015). Contexto institucional, comunidad académica y producción científica. *Revista Latina de Comunicación Social*, 75, 383-414. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1432>
- McQuail, D., & Windahl, S. (2013). *Communication models for the study of mass communication*. Routledge.
- Moragas, M. (2005). Cambios en la comunicación, cambios en los estudios de comunicación. *Signo y Pensamiento*, 24(47), 9-20.
- Moragas, M. (2013). *Interpretar la comunicación. Estudios sobre medios en América y Europa*. Gedisa. <https://bit.ly/2VNPuOI>
- Nixon, R. (1982). Historia de las escuelas de periodismo. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, 2, 13-19. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i2.946>
- Muñoz-Urbe, J.F. (2021). *Prospectiva de la formación en comunicación y periodismo en América Latina*. [Doctoral Dissertation, Universidad de Huelva]. Universidad de Huelva. <https://bit.ly/3oE5eTR>
- Rogers, E.M., & Hart, W.B. (2002). The histories of intercultural, international and development communication. In W.B. Gudykunst, & B. Mody (Eds.), *Handbook of International and Intercultural Communication* (pp. 1-18). Sage Publications.
- Sánchez, L., & Campos, M. (2009). La teoría de la comunicación: Diversidad teórica y fundamentación epistemológica. *Diálogos de la Comunicación*, 78, 1-10. <https://bit.ly/2NvPASj>
- Schramm, W., Riesman, D., & Bauer, R.A. (1959). The state of communication research: Comment. *The Public Opinion Quarterly*, 23(1), 6-17. <https://bit.ly/3zLs7LD>
- Torrico, E.R. (2016). *Materiales para la investigación comunicacional*. <https://bit.ly/35FKBvS>
- Trejo-Delarbre, R. (1992). La expresión pública. *México a fines de siglo*, 2, 189-224.
- Tur-Viñes, V., Fonseca-Mora, M.C., & Gutiérrez-San-Miguel, B. (2012). Ética de la publicación científica: iniciativas y recomendaciones. *Profesional de la información*, 21(5), 491-497. <https://bit.ly/3zF43tD>
- Vidales, C. (2015). Historia, teoría e investigación de la comunicación. *Comunicación y Sociedad*, 23, 11-43. <https://bit.ly/2oDn2mV>
- Vizer, E., & Vidales, C. (2016). *Comunicación, campo(s), teorías y problemas. Una perspectiva internacional*. Ediciones y Publicaciones.
- Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Ediciones Paidós Ibérica.

REDES SOCIALES Y CIUDADANÍA

CIBERCULTURAS PARA EL APRENDIZAJE

Editores

Ignacio Aguaded
Arantxa Vizcaíno-Verdú
Ángel Hernando-Gómez
Mónica Bonilla-del-Río

REDES SOCIALES Y CIUDADANÍA: CIBERCULTURAS PARA EL APRENDIZAJE

Colección *Redes sociales y ciudadanía*
N. 2 *Ciberculturas para el aprendizaje*
Primera Edición, octubre 2022

Editores

Ignacio Aguaded
Arantxa Vizcaíno-Verdú
Ángel Hernando-Gómez
Mónica Bonilla-del-Río

Comité Científico

Dr. Ángel Hernando-Gómez
Dr. Octavio Islas
Dra. Paula Renés-Arellano
Dr. Abel Suing
Dr. Marco López-Paredes
Dr. Diana Rivera-Rogel
Dr. Julio-César Mateus
Dr. Osbaldo Turpo-Gebera
Dra. Patricia de-Casas-Moreno
Dr. Antonio-Daniel García-Rojas
Dra. Natalia González-Fernández
Dra. Antonia Ramírez-García
Mg. Sabina Civila
Mg. Rigliana Portugal
Mg. Mónica Bonilla-del-Río
Mg. Arantxa Vizcaíno-Verdú
Mg. Odiel Estrada-Molina

Grupo
Comunicar
Ediciones

AlfaMed



Esta publicación no puede ser reproducida, ni parcial ni totalmente, ni registrada en/o transmitida por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni formato, por ningún medio, sea mecánico, fotocopiado, electrónico, magnético, electroóptico o cualquier otro, sin el permiso previo y por escrito de la editorial.

Patrocinan



Universidad
de Huelva

Depósito Legal: H 325-2022
ISBN: 978-84-937316-9-4
ISSN 2952-1629
DOI: <https://doi.org/10.3916/Alfamed2022>

DERECHOS RESERVADOS © 2022 de esta edición:

Grupo Comunicar Ediciones
Mail box 527. 21080 Huelva (España)
Administración: info@grupocomunicar.com
Director: director@grupocomunicar.com
www.grupocomunicar.com

Diseño: *Arantxa Vizcaíno-Verdú*
Traducción inglés: *Emily Rookes*

Impreso en *Estigraf*, Madrid (España)



Este trabajo se ha elaborado en el marco de Alfamed (Red Euroamericana de Investigación en Competencias Mediáticas para la Ciudadanía), con el apoyo del Proyecto I+D+i (2019-2021), titulado «Youtubers e Intagrammers: La competencia mediática en los prosumidores emergentes», con clave RTI2018-093303-B-I00, financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades de España y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), y del Proyecto I+D+i (2020-2022), titulado «Instagrammers y youtubers para el empoderamiento transmedia de la ciudadanía andaluza. La competencia mediática de los instatubers», con clave P18-RT-756, financiado por la Junta de Andalucía en la convocatoria 2018 (Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación, 2020) y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).



Con el sugerente título de «Redes sociales y ciudadanía. Ciberculturas para el aprendizaje» presentamos en este texto una ingente obra colectiva de investigaciones, propuestas, reflexiones, estudios y proyectos en el emergente ámbito de la educación mediática.

Con 151 capítulos de 298 autores únicos se ofrece una panorámica general en un mundo postpandemia global con un análisis poliédrico del complejo entramado educomunicativo que vivimos. Educadores, comunicadores y educomunicadores, así como profesionales de los más diversos ámbitos de las ciencias sociales abordan aproximaciones complejas, apegadas a la práctica, sobre la sociedad actual, no solo haciendo una radiografía, más o menos amplia, sino también realizando propuestas educomunicativas que mejoren los parámetros de convivencia con los medios.

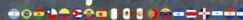
Presentamos en el texto aportaciones de 17 países euroamericanos, que conforman la Red de investigadores Alfamed con un amplio número de trabajos: Perú (104), España (59), Ecuador (25), Brasil (23), México (21), Chile (18), Colombia (18), Bolivia (5), Italia (4), Costa Rica (4), Cuba (4), Argentina (4), Paraguay (3), Portugal (2), República Dominicana (2), Uruguay (1), y Eslovaquia (1).

Esta obra enciclopédica que conforma la tercera de la Colección Alfamed del Grupo Comunicar Ediciones se subdivide en siete grandes bloques temáticos: I. Prosumers (Instagrammers, youtubers y tiktokers), II. Redes sociales y escuela, III. Ciberciudadanía, ética y valores, IV. Alfabetización mediática y formación de profesores, V. Audiencias y ciberconsumo crítico, VI. Democratización y comunicación alternativa, y VII. Nuevas tendencias: fake news, datificación...



Grupo
Comunicar
Ediciones

AlfaMed



Universidad
de Huelva