

Prólogo

Mantener las preguntas, pero actualizar los puntos de mira

Carlos Andrés Arango-Lopera ⁽¹⁾

Resumen: El proceso de investigación formativa, compuesto de estrategias como los semilleros de investigación, los proyectos de aula y los trabajos de grado, articula una de las mejores estrategias para formar a jóvenes investigadores. En Colombia, el campo de estudios de la comunicación ha sido uno de los terrenos donde más se ha impulsado este proceso. En este documento se presentan noticias y sentires de dicha labor, al presentar los artículos que integran el presente monográfico. El texto también resalta la utilidad que reviste pensar en nuevos problemas de investigación con marcos referenciales clásicos, lo cual, lejos de presentar estatismo en la teoría repercute, en nuevas miradas sobre asuntos transversales. Temas como la música urbana, la moda, las orientaciones sexuales, la comunicación estratégica en contextos de desarrollo social y la memoria asoman en estas páginas como notas de campo de estudiantes aún en formación que van descubriendo en su andar investigativo el inmenso poder de la construcción social de significados. Con ello, se reconoce que la investigación en comunicación no solo es un ejercicio académico, sino una forma de empoderar a los jóvenes para que se conviertan en agentes de cambio en sus contextos sociales. En conjunto, el documento refleja un compromiso con la formación de nuevos talentos en el ámbito de la comunicación en Colombia, promoviendo la pasión por descubrir y la producción de conocimiento relevante.

Palabras clave: Semillero - estudiantes - investigación - comunicación

[Resúmenes en inglés y portugués en las páginas 16-17]

El presente número (250) de la publicación Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación: “Investigación formativa en comunicación. Volumen 2” se inscribe en la Línea de Investigación (25), Imagen y Diversidad, dirigida por María Pía Estebecorena en el marco del Instituto de Investigación en Diseño de la Universidad de Palermo y contiene los resultados del Proyecto de Investigación número 25.4

⁽¹⁾ **Carlos Andrés Arango-Lopera.** Comunicador, Magíster y Doctor en Filosofía. Adelanta el Posdoctorado Multidisciplinar en Diseño en la Universidad de Palermo. Líder del grupo de investigación Holográfico, del programa Comunicación Gráfica Publicitaria de la Universidad de Medellín. Sus áreas de trabajo: imaginarios urbanos, música y consumo. CEO de la @agenciadelperreito, desde donde se divulgan investigaciones en perreo y reggaetón, proyecto piloto del Centro de Estudios en Perreo.
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2120-3304>

Llegamos a una nueva entrega de los Cuadernos donde mostramos avances de la investigación formativa en comunicación, tal y como la estamos viviendo en Colombia. Este número no persigue un afán sistemático: no se trata de un balance íntegro de todo lo que las nuevas generaciones están investigando. Es más un ejercicio de diálogo entre colegas que, desde hace ya varios años, venimos trabajando en la formación de nuevos talentos para la investigación, a través de semilleros, proyectos de aula y trabajos de grado.

Como contamos en el prólogo del Cuaderno 214, en nuestro país los semilleros han sido un espacio para que jóvenes que cursan la universidad se animen a investigar. Por tanto, estos clubes se convierten en un hervidero de nuevas ideas, ansias por conocer y, cómo no, trabajos que exploran los más diversos ámbitos de la actualidad en comunicación.

De los proyectos de aula, decir que en los modelos pedagógicos de varias universidades (acá se recogen trabajos de la Universidad de Medellín, Universidad Católica de Oriente y la Universidad Externado de Colombia) estos proyectos se convierten en una estrategia de aplicación de los conocimientos adquiridos en las asignaturas. De ahí que los salones de clase devienen laboratorios de investigación, pues si bien en muchos de ellos el centro temático y lectivo de las materias no gira en torno a ella, esta resulta fundamental para el desarrollo de los proyectos.

Por su parte, si bien los trabajos de grado son modalidades de investigación más reconocidas fuera de nuestro país, una característica que comparten con los semilleros es la integración de personas jóvenes en los ámbitos de la investigación en comunicación.

En este número recogemos trabajos que provienen de las tres modalidades de investigación formativa mencionadas: semilleros de investigación, proyectos de aula y trabajos de grado. Se trata, en todos los casos, de estudiantes en formación, muchas veces acompañados en coautoría por sus profesores, líderes, coordinadores o asesores. Así que algo de lo que esa sangre nueva le impregna al investigar verán los lectores aparecer en estas páginas: temáticas frescas, fenómenos un tanto volátiles y, seguro, mucha pasión por descubrir.

Antes de presentar el contenido de este número, querría saludar a quienes han sido mi soporte en este proceso de llegar a los estudiantes y entusiasmarles con la idea de investigar y escribir para publicar. Se trata, por el lado de la Universidad de Medellín, de mi estudiante de doctorado Sandra Milena Palacio, quien desde el semillero Tetrix Marketing acompaña

a estudiantes de formación en el programa Mercadeo, y siempre ha sido una entusiasta para invitar a investigar a sus estudiantes. Igualmente, la profesora Brenda Meza-Rivera, líder del semillero de investigación Comunicación Persuasiva y Puro Flow, que recibe a estudiantes de la carrera Comunicación Gráfica Publicitaria, lo cual es, para mí, una experiencia excepcional: jóvenes que están siendo formados en la comunicación persuasiva mediante la imagen se dan la oportunidad de ir a dicho semillero para investigar y escribir. En Bogotá, está la profesora María Catalina Cruz-González, con quien compartimos coautoría e investigación constante. Ella siempre anima a sus estudiantes para que lleven sus trabajos de clase un poco más allá y los conviertan en artículos. Amante de la cultura popular e investigadora de la nostalgia, la profesora además trabaja con sus estudiantes en la producción de todo tipo de obras que mezclan el arte y la comunicación: cómics, fanzines, cortometrajes y productos multimedia se mezclan con ponencias y *papers*.

Si pudiera resumir el talento de Daniela González, la otra socia de este proyecto, en una palabra, sería: claridad. Ella, desde la Universidad Católica de Oriente, lidera la ruta de investigación formativa del programa Comunicación Social, con lo cual constantemente tiene estudiantes en situación de tesis. Su talento pasa por ayudarles a terminarla y que, además, puedan convertirla en productos que sean útiles para sus carreras profesionales y les brinden un espacio de contacto con el mundo en el que viven. Una de esas formas son los artículos que ella y sus colegas de carrera constantemente comparten en estas páginas. Es difícil buscar palabras que le hagan justicia a esta imagen que viene a mi mente cada vez que preparo un monográfico para los Cuadernos y cada vez que ajustamos los detalles finales para una mesa donde compartiremos los hallazgos de nuestros estudiantes. Por eso es feliz escribir este prólogo, y debo advertir que lo hago entre el orgullo del profesor que ve progresar a sus alumnos y la premura que mantenemos los editores por presentar de la mejor manera lo que damos a publicación.

El monográfico abre con el texto Música de barrio, negocio de ciudad: Alcolirykoz, gentrificación y turistificación en Medellín, liderado por **María Paula Quintero**, estudiante del semillero de la profesora Meza-Rivera y que tuve ocasión de acompañar en la asignatura Semiótica, en la cual estuvo matriculada la estudiante. Viendo sus avances, no tuve forma de contener la tentación y pedirle que me dejara participar con ella en la escritura, a fin de darle más contundencia a las ideas que allí asomaban. La premisa del texto es concisa, pero profunda: un grupo de rap, nacido en los márgenes de la ciudad, construye letras que acusan fenómenos como la gentrificación y la turistificación de Medellín (tan parecida a las gentrificaciones de tantas ciudades del mundo que ven sus territorios arrebatados por extranjeros que llegan con más dinero y otros intereses). Este grupo adquiere resonancia más allá de la misma ciudad, y sus letras, con acusaciones fuertes sobre la sociedad, se convierten en uno de los atractivos turísticos de Medellín. Como resultado, el barrio en el que nacieron, y del que tanto hablan en sus letras, se turistifica y se gentrifica, por ser, entre otras cosas, el escenario de series como *La Reina del Flow*.

En La moda femenina en el espectador con respecto al rol de la mujer entre los años 70 y 80, **Daniela González** y **Alejandra Castañeda García** exploran la historia de las representaciones sobre la mujer en la prensa de dichas décadas. Mediante un amplio análisis de más de 300 imágenes, las autoras muestran un conjunto de roles tradicionales que, muy lentamente, empiezan a adquirir algo más de variedad. Así mismo, presentan algunas

noticias sobre el nacimiento incipiente del periodismo de moda en el país, al que tan fácil le quedó alimentar los prejuicios de las élites sobre los cuerpos de las mujeres y los roles de ellas se esperaban.

Daniel Calao, del semillero de la profe Meza-Rivera escribe el artículo *Tu pinta, tu voz: la indumentaria intervenida como discurso de autenticidad*, donde aprovecha el proyecto de aula de la materia *Métodos de Investigación en Comunicación* y su paso por el semillero para interrogarse sobre algo que, además, es un proyecto personal de emprendimiento: la indumentaria. Daniel pasa por la Facultad, constantemente de afán, luciendo sus prendas personalizadas y, desde ahí, se ha convertido en un referente para muchos de los estudiantes de la Universidad. Así que con este proyecto se dio la oportunidad de conversar con otros compañeros acerca de sus percepciones sobre la personalización de las prendas, asunto que, de fondo, comporta la pregunta por la moda y la identidad. En una de sus principales conclusiones, Calao comparte que intervenir la indumentaria es una de las formas de fortalecer la marca personal.

Lencería inclusiva: Un estudio semiótico de una marca Comprometida con la diversidad de género, es el texto que se presenta a continuación. En este, **Sandra Milena Palacio** y **Laura Vanessa Díaz** revisan el caso de una marca que se propone construir ropas que no limiten a las personas a la típica asociación entre cuerpos y géneros. Una particularidad es que para este análisis emprenden una ruta semiótica, desde la que comentan asuntos que van desde lo antropológico hasta lo mercantil.

Andrés Felipe Lozano Buitrago firma el documento *Teorías Sociales y Grindr: Reflexiones sobre Poder, Género y Sexualidad*, un caso que estudia ampliamente desde referentes de teoría social y antropológica, las cuales maneja con admirable capacidad. Desde ese aparataje construye una mirada crítica sobre la georreferenciación, la orientación sexual y la mediación digital como plataforma para la exhibición de perfiles que buscan conectar con otros.

La cuestión por los estereotipos es la motivación que se convierte en tema de estudio para **Katherine Arango Cortés** en el artículo *Princesas Disney ante una visión local y femenina* que revisa los estereotipos de género. Que Disney promueve roles pasivos en las mujeres y roles activos en los hombres no es ya un secreto, pero le sirve a la autora para generar una conversación con estudiantes de la Universidad, desde las cuales deriva una reflexión pertinente. Una de las principales conclusiones de Katherine es que, si bien en las películas más recientes se nota un esfuerzo por diezmar la presencia de estos estereotipos, aún esto se siente como un esfuerzo, como si la narrativa misma de cuentos de fantasía en versión de la productora implicara necesariamente un rol preasignado a las mujeres.

Juan Camilo Arismendi Contreras presenta su texto *Explorando las fronteras del humor negro: una mirada al poder y la crítica social*, donde amplía la mirada sobre los tipos de humor en clave comunicativa. Que el humor es un acto discursivo y performático queda claro a través del amplio y profundo marco referencial desde el autor lee su tema. De fondo, subyace el asunto de por qué y para qué las sociedades requieren el humor negro en sus vidas. Al decir del autor, desde lo negro del humor los ciudadanos se defienden de las ofensas que profiere el poder, con lo cual revierten los imaginarios dominantes y se abren espacios de participación y protesta.

Leer estos trabajos es una oportunidad para constatar que no siempre se deben cambiar los marcos teóricos para avanzar en la investigación. Muchos artículos, novedosos por el tema que abordan (Grindr, música rap, indumentarias personalizadas, moda sin género, princesas Disney...), retoman conceptos clásicos en el campo de los estudios en comunicación, pero en la mezcla de los nuevos temas y las viejas teorías se logra algo interesante: se ratifican las epistemes fundantes de la comunicación y se reconocen nuevos matices en los fenómenos actuales.

Jose David Castillo Clavijo presenta un ejemplo de esto. Con su artículo *Medellín, dime de qué alardeas y te diré qué escondes: narrativas urbanas desde la exploración de las contradicciones en la construcción de su identidad a través del caso 'Perros Criollos'* pone a Van Dijk en interlocución con el videopodcast. La pandemia produjo un resurgir de la oralidad a través de las notas de voz y el aumento del consumo de contenidos hablados disponibles en plataformas de *streaming*. La radio, que ya parecía obsoleta, resurge en la red. Los podcasts existen hace ya tiempo, pero ahora están en la agenda de conversación de muchas más personas. Y el análisis crítico del discurso estuvo ahí, a la espera. Sobre esa combinación de fenómeno y metodología, Castillo revisa la narración de la identidad en una nueva generación de productores de contenido.

Cambio social y nueva teoría de la estrategia en procesos de movilidad urbana, por **Isabel Cristina Torres Estrada** y **Nicolás Lorite García**, cuestiona el papel de la comunicación que, más allá de informar, busca cambios en lo social. Si a la luz de teóricos como Habermas la intención de lo estratégico es contraria a la esfera pública y la democracia deliberativa, la comunicación para el cambio requiere también plantearse en términos estratégicos. Para tal fin, la contradicción debe ser eliminada, y es lo que se proponen los autores, en el contexto de la pregunta por la movilidad en las ciudades contemporáneas.

Desde el semillero Mnémosis de la Universidad Católica de Oriente, el profesor **Jaime Arbey Atehortúa**, junto a sus ex estudiantes (ya egresadas) **Sindy Lorena Tabares León** y **Manuela Ríos González**, se propusieron “identificar las formas como la identidad cultural y rural de los campesinos de Rionegro se manifiesta en los discursos orales y en los procesos de memoria de la población adulto mayor”, en el artículo *Comunicación y memoria: una mirada a la identidad cultural rural a partir de las historias de vida de los ancianos agricultores de Rionegro (Antioquia, Colombia)*. Este trabajo vivifica la memoria del territorio, pues les da voz a ancianos agricultores, recupera sus recuerdos y amplifica sus anhelos y temores. Bajo el contexto de una sociedad urbanizada, acostumbrada a recibir los alimentos como si fueran producidos en fábricas (porque la mayoría lo son), ir a los campos y hablar con sus protagonistas mayores, es un ejercicio que reabre canales de comunicación necesarios.

También desde una conexión con el territorio, pero esta vez urbano, otro semillero, *Urbánitas*, comparte su trabajo *Una ciudad para el encuentro, la significación y la cultura*. El Rionegro (Antioquia) imaginado por los colectivos sociales, a cargo del profesor **Erney Montoya Gallego**, en compañía de sus ex estudiantes (ya también graduadas) **Emily Álvarez Arcila**, **Manuela Betancur Pérez** y **Viviana Suárez Buitrago**. En su documento reconocen los colectivos sociales como actores esenciales del tejido urbano, e indagan en sus imaginarios de ciudad y de futuro. Desde allí abren la posibilidad de pensar la ciudad como un territorio dinámico de negociación de significados y sentidos de ciudad.

Con este trabajo uno queda invitado a pensar que todos los ciudadanos somos teóricos de la ciudad, de nuestra ciudad, pues cada uno de nosotros tiene una experiencia diferente de ella, y es partiendo de este punto como las ciudades van definiendo su horizonte de futuro. Este volumen lo cierran **Harris Sebastián Camacho Sánchez** y **Edgar Calderón Sanín** con el artículo Panenka.com: creación de un medio de comunicación digital interactivo enfocado en periodismo deportivo a través de la transmedia. El deporte como entorno de comunicación y la transmedia como forma de entender y propiciar la comunicación en nuestros tiempos son las premisas desde las cuales Camacho y Calderon revisan esta propuesta de trabajo.

Llegado a este punto, no queda sino agradecer a la profesora y coordinadora Fabiola Knop y a su colaborador, profesor Alejo García de la Cárcova, quienes siempre nos han abierto las páginas de Cuadernos para contar lo que hacemos, confesar nuestras preguntas y construir comunidad. Comunidad de indagación, saber y asombro.

Abstract: The formative research process, composed of strategies such as research incubators, classroom projects and degree projects, articulates one of the best strategies to train young researchers. In Colombia, the field of communication studies has been one of the areas where this process has been promoted the most. This document presents news and feelings about this work, presenting the articles that make up this monograph. The text also highlights the usefulness of thinking about new research problems with classic reference frameworks, which, far from presenting statism in the theory, has an impact on new perspectives on transversal issues. Topics such as urban music, fashion, sexual orientations, strategic communication in contexts of social development and memory appear in these pages as field notes from students still in training who are discovering in their investigative journey the immense power of construction. social meaning. With this, it is recognized that communication research is not only an academic exercise, but a way to empower young people to become agents of change in their social contexts. Altogether, the document reflects a commitment to the training of new talents in the field of communication in Colombia, promoting the passion for discovery and the production of relevant knowledge.

Keywords: Seedbed - students - research - communication

Resumo: O processo de pesquisa formativa, composto por estratégias como incubadoras de pesquisa, projetos de sala de aula e projetos de graduação, articula uma das melhores estratégias para formar jovens pesquisadores. Na Colômbia, o campo dos estudos da comunicação tem sido uma das áreas onde este processo mais tem sido promovido. Este documento apresenta novidades e sentimentos sobre este trabalho, apresentando os artigos que compõem esta monografia. O texto também destaca a utilidade de pensar novos problemas de pesquisa com quadros de referência clássicos, o que, longe de apresentar o estatismo na teoria, tem impacto em novas perspectivas sobre questões transversais. Temas como música urbana, moda, orientações sexuais, comunicação estratégica em

contextos de desenvolvimento social e memória aparecem nestas páginas como notas de campo de estudantes ainda em formação que vão descobrindo no seu percurso investigativo o imenso poder de construção do significado social. Com isto, reconhece-se que a investigação em comunicação não é apenas um exercício acadêmico, mas uma forma de capacitar os jovens para se tornarem agentes de mudança nos seus contextos sociais. No seu conjunto, o documento reflete um compromisso com a formação de novos talentos na área da comunicação na Colômbia, promovendo a paixão pela descoberta e a produção de conhecimento relevante.

Palavras-chave: Sementeira - estudantes - pesquisa - comunicação

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo.]
