



La comunicación como un campo abierto

Coordinadores
Dr. Carlos del Valle Rojas
M.Sc. Yeni Yeisi Adán Castaños
Mg. Paul George Munguía Becerra

Presentación

En un mundo caracterizado por la interconexión global, la aceleración tecnológica y la reconfiguración de las identidades sociales y culturales, el campo de la comunicación se revela, más que nunca, como un espacio de confluencia, tensión y transformación. Lejos de ser una disciplina con fronteras rígidas, la comunicación se constituye como un «campo abierto», un territorio epistémico fértil que dialoga, se nutre y redefine constantemente en su interacción con la cultura, la política, la tecnología, la ciencia y la sociedad en su conjunto.

Este libro, titulado *La comunicación como un campo abierto. Retos y perspectivas*, busca cartografiar la diversidad y vitalidad de los estudios de la comunicación en el contexto contemporáneo. La convocatoria invita a investigadores, académicos y profesionales a presentar propuestas de capítulos que exploren, desde una perspectiva crítica e innovadora, las múltiples intersecciones que definen nuestro campo. El objetivo es construir una obra colectiva que no solo refleje el estado actual de la investigación, sino que también se atreva a trazar nuevas rutas de indagación y a plantear las preguntas fundamentales para el futuro del campo.

Convocamos a la reflexión sobre cómo los fenómenos comunicacionales median en la construcción de la realidad, en la configuración de la memoria colectiva, en la gestión

del patrimonio cultural, en la dinámica de los medios tradicionales y digitales, en las relaciones interculturales, en las conflictividades, en los debates sobre la construcción, reproducción y subversión de las identidades y relaciones de género, y en los debates cruciales sobre ciencia, salud, tecnología, economía y medioambiente. Este volumen aspira a ser un punto de encuentro para la pluralidad de voces y enfoques que enriquecen el pensamiento comunicacional, ofreciendo un panorama amplio y profundo de sus debates más urgentes.

Ejes Temáticos

Se invita a la presentación de trabajos que se inscriban en uno de los siguientes seis ejes temáticos. Las propuestas pueden abordar los subtemas sugeridos o proponer nuevas articulaciones dentro del marco general de cada eje.

Eje 1. Comunicación y cultura

Este eje se centra en la relación simbiótica e indisociable entre los procesos de comunicación y las prácticas culturales. La comunicación no es un mero vehículo para la cultura, sino el proceso a través del cual la cultura se produce, se negocia, se transforma y se pone en circulación. Se invita a explorar cómo las industrias culturales, las prácticas artísticas y la gestión del patrimonio son modeladas por, y, a su vez, modelan los ecosistemas comunicacionales. Se buscan trabajos que analicen las tensiones entre lo global y lo local, la mercantilización de la cultura y las formas de resistencia simbólica que emergen en el escenario contemporáneo.

Subtema 1.1 Comunicación, arte y patrimonio

Este subtema explora las intersecciones dinámicas entre la comunicación, las expresiones artísticas y la preservación y difusión del patrimonio cultural. Se analizan los discursos, narrativas y estrategias comunicacionales que construyen el valor del arte y del patrimonio, así como el papel de los medios (tradicionales, digitales y alternativos) en su mediación. Se valorarán propuestas que aborden la digitalización del

patrimonio (humanidades digitales y patrimonio digital), las nuevas formas de curaduría y museografía comunicacional, el activismo artístico (*artivismo*) y la función de la comunicación en la construcción de memorias e identidades a través del legado cultural.

Subtema 1.2 Comunicación y Gestión Cultural

Aborda el rol estratégico de la comunicación en la planificación, ejecución y evaluación de proyectos e instituciones culturales. La gestión cultural es, en esencia, un acto comunicativo que busca conectar creadores, públicos, financiadores y comunidades. Este, subtema invita reflexionar sobre los modelos de comunicación para las organizaciones culturales, las estrategias de marketing cultural, la formación de públicos, la comunicación para la captación de fondos (*fundraising*) y el desarrollo de políticas culturales. Se buscan análisis de casos, estudios comparados y reflexiones teóricas sobre los desafíos de comunicar la cultura en un mercado simbólico cada vez más saturado y competitivo.

Eje 2. Comunicación y medios

Este eje se dedica al estudio de los medios de comunicación masiva como instituciones centrales en la producción y circulación del discurso público. Abarca desde el análisis de las prácticas periodísticas y sus transformaciones en el entorno digital, hasta la investigación histórica que permite comprender la evolución de la prensa y otros medios. Asimismo, se enfoca en el poder de la imagen en movimiento, analizando el cine y la televisión como constructores de imaginarios sociales, representaciones e ideologías. Se invita a presentar trabajos que examinen críticamente la estructura de los medios, sus contenidos, sus efectos y su relación con el poder político y económico.

Subtema 2.1 Estudios del periodismo

Este subtema convoca a investigaciones sobre el estado actual y los futuros posibles del periodismo. En un contexto de crisis de los modelos de negocio tradicionales, desinformación rampante y reconfiguración de las rutinas productivas por la tecnología, es crucial analizar los desafíos éticos, profesionales y económicos que

enfrenta la profesión. Se esperan trabajos sobre nuevas narrativas periodísticas (periodismo de datos, inmersivo), los escenarios globales de posverdad, la lucha contra las *fake news*, la precariedad laboral en el sector, la concentración mediática, el periodismo de investigación en la era digital y la relación entre periodistas, fuentes y audiencias en las plataformas sociales.

Subtema 2.2 Estudios históricos de la prensa

Comprender el presente de los medios requiere una mirada profunda a su pasado. Este subtema invita a contribuciones que, desde una perspectiva histórica, analicen el papel de la prensa y otras formas de comunicación periódica en la configuración de los estados-nación, los movimientos sociales, las esferas públicas y las identidades culturales. Se valorarán investigaciones que utilicen archivos y fuentes primarias para reconstruir la historia de publicaciones específicas, el desarrollo de la profesión periodística, la censura y el control de la prensa, y la participación de la prensa en debates políticos y culturales clave de diferentes épocas.

Subtema 2.3 Estudios de imagen, cine y tv

Se enfoca en el análisis crítico de los medios audiovisuales. El cine y la televisión (en sus formas lineales y de streaming) son poderosos agentes de socialización y constructores de imaginarios colectivos. Se convoca a trabajos que exploren las representaciones de género, clase, etnia y sexualidad en la ficción y no ficción audiovisual; que analicen los lenguajes y estéticas del cine y la televisión; que estudien los fenómenos de fans y las culturas participativas en torno a los productos audiovisuales; y que investiguen las transformaciones de la industria televisiva y cinematográfica en la era de las plataformas de streaming y la fragmentación de las audiencias.

Subtema 2.4 Estudios transmediáticos

El subtema se centra en el estudio de la nueva ecología de medios en la sociedad de consumo global. Se invita a trabajos que aborden la reconfiguración de la producción y recepción de la prensa, radio, televisión, cine dentro de la matriz digital, así como,

reflexiones de las tendencias de las industrias culturales y de nuevos valores éticos y estéticos como parte de las transformaciones socioculturales y económicas de la vida contemporánea. Comprende investigaciones acerca de los desafíos del hipertexto, transtextualidad e hibridez cultural.

Eje 3. Comunicación e interculturalidad

Este eje temático aborda la comunicación como un factor clave en las relaciones entre diferentes culturas, grupos sociales y comunidades indígenas. En un mundo globalizado y marcado por las migraciones, la diversidad y los conflictos identitarios, comprender los procesos de comunicación intercultural es fundamental para fomentar el diálogo, el reconocimiento y la cohesión social. Se invita a reflexionar sobre cómo la comunicación puede ser un puente para el entendimiento mutuo, pero también un campo de batalla y brecha donde se reproducen estereotipos, prejuicios y relaciones de poder. Se valorarán estudios que exploren la comunicación en contextos de diversidad, memoria histórica y construcción territorial.

Subtema 3.1 Comunicación, educación y memoria

Este subtema explora la triple articulación entre los procesos comunicacionales, las prácticas educativas (formales e informales) y la construcción de la memoria colectiva. Se buscan trabajos que analicen el papel de los medios y las tecnologías en la educación (educomunicación); las narrativas mediáticas sobre el pasado y su impacto en la memoria histórica, y las estrategias de comunicación utilizadas en museos de la memoria y sitios de conciencia. Interesa especialmente cómo se comunican los pasados traumáticos (conflictos armados, genocidios, dictaduras) y cómo la comunicación puede contribuir a procesos de justicia transicional, reconciliación y garantía de no repetición.

Subtema 3.2 Comunicación, territorio y diversidad

El subtema se centra en la relación entre comunicación, espacio y diversidad cultural. El territorio no es solo un contenedor físico, sino un espacio socialmente construido, cargado de significados, identidades y disputas. Se convoca a investigaciones que

exploren cómo la comunicación configura las identidades territoriales (locales, regionales, urbanas, rurales), cómo los medios comunitarios y alternativos dan voz a las comunidades marginadas, y cómo se gestionan comunicacionalmente los conflictos socio-ambientales. Se valorarán estudios sobre comunicación y pueblos indígenas, comunicación y migraciones, comunicación en las fronteras, y el papel de la comunicación en la planificación urbana y el desarrollo territorial.

Eje 4. Comunicación y conflictividades

Este eje aborda el rol ambivalente de la comunicación en escenarios de conflicto social, político y armado. Se busca explorar cómo los procesos comunicativos pueden tanto exacerbar la violencia y la polarización, como contribuir a la construcción de la paz, la reconciliación y el diálogo. Se convoca a investigaciones que analicen el papel de los medios en la cobertura de conflictos globales, las estrategias de comunicación de los actores armados y los movimientos sociales.

Subtema 4.1 Comunicación, conflictividad y hegemonías políticas globales

El desarrollo de las tecnologías de información y comunicación están fuertemente asociadas con las industrias bélicas que responden al interés en el dominio hegemónico del escenario geopolítico mundial por parte de las potencias económicas internacionales. En este subtema es de interés la vigencia de los trabajos acerca del orden global de la información y las comunicaciones, mediante reflexiones que aborden la sofisticación de los dispositivos de control ideológico y perfilamiento ciudadano que realizan las corporaciones transnacionales y Estados dueños de plataformas, aplicaciones y medios de comunicación que generan grandes bases de datos del comportamiento de la población mundial, que se correlaciona con las constantes incursiones en «guerras» comerciales, tecnológicas y culturales y conflictos bélicos. Incluye la mediatización periodística internacional de las causas y consecuencias de las guerras, control de recursos naturales, migraciones, enemización de sujetos, nuevos populismos, reproducción simbólica de las prácticas genocidas, la defensa de los derechos humanos, mecanismos de negociación paz mundial, nuevas tecnologías y

actores de guerra y el papel de organismos internacionales y asociaciones político-económicas emergentes.

Subtema 4.1 Comunicación y conflictividad interna

Este subtema da cuenta del aumento de la conflictividad social al interior de los países. Hay mayor presencia de conflictos de diversa índole relacionados con la estructura de la sociedad, donde la comunicación desempeña un papel relevante en la construcción de los imaginarios colectivos acerca de las razones, actores, estereotipos, contexto histórico, posibilidades de resolución, acceso abierto a la información, entre otros. Se convoca a estudios de economía política de los medios; análisis del discurso, y ensayos históricos que ahonden en la violencia interna generada por diversos fenómenos sociales contemporáneos como la relación de economías ilegales y política, criminalidad, reivindicaciones territoriales, manejo de los recursos naturales, dominio del agua, bosques y nuevos minerales, migraciones, neopopulismos, regímenes autoritarios.

Eje 5. Comunicación y género

Este eje se enfoca en el papel central de la comunicación en la construcción, reproducción y subversión de las identidades y relaciones de género. Se propone analizar cómo los discursos mediáticos, las prácticas comunicativas cotidianas y las plataformas digitales modelan las representaciones de la feminidad, la masculinidad y las identidades no binarias. Se valorarán especialmente las propuestas que, desde una perspectiva feminista, queer e interseccional, exploren la comunicación como un espacio de lucha política, visibilización de desigualdades y construcción de nuevas subjetividades.

Subtema 5.1 Comunicación desde la perspectiva feminista

El subtema busca recopilar estudios de la comunicación desde la tradición feminista, perspectiva que abre interrogantes acerca del papel de la comunicación en la construcción social del género mediante el estudio de las representaciones de lo femenino y masculino en los medios, el uso sexista de la lengua, estereotipos y sesgos

de género en los programas de televisión y publicidad, mediatización de la violencia de género y promoción de la equidad de género.

Subtema 5.2 Comunicación, género e identidades juveniles

Los estudios de comunicación desde el enfoque de género mantienen un acercamiento a la construcción de las identidades y culturas juveniles. Se invita a estudios de comunicación carácter interseccional que analicen las categorías de género, clase, etnia, sexualidad y generación relacionado con las juventudes. Interesan interrogantes acerca de las formas de reapropiación de los espacios públicos físicos y el entorno digital por las nuevas generaciones, así como, estudios de políticas públicas de juventudes orientadas al respeto de la diversidad, lucha contra la discriminación, reconocimiento de nuevas relaciones sexoafectivas.

Eje 6. Comunicación, ciencia y tecnologías

Este eje aborda la crucial intersección entre la comunicación, el conocimiento científico y el desarrollo tecnológico. En la sociedad del conocimiento, la forma en que la ciencia y la tecnología se comunican al público no es un asunto secundario, sino un elemento central que afecta la toma de decisiones, la percepción del riesgo, la confianza en las instituciones y la participación ciudadana. Este eje invita a explorar los desafíos de la divulgación científica, la comunicación en el ámbito de la salud y, de manera prominente, las profundas transformaciones que la inteligencia artificial está imprimiendo en todos los niveles de la comunicación humana y mediada.

Subtema 6.1 Divulgación de la ciencia

Este subtema se enfoca en los procesos, formatos y actores de la comunicación pública de la ciencia y la tecnología. Se buscan trabajos que analicen las estrategias para "traducir" el conocimiento experto a un lenguaje accesible sin sacrificar el rigor, el papel de los periodistas científicos, los museos de ciencia, los youtubers y otros "influencers" científicos. También se valorarán estudios sobre la percepción pública de la ciencia, la comunicación de la incertidumbre científica y la participación ciudadana en controversias socio-científicas (cambio climático, vacunas, transgénicos).

Subtema 6.2 Comunicación para la salud

La comunicación es una herramienta de salud pública indispensable. Este subtema convoca a investigaciones sobre el diseño, implementación y evaluación de campañas de comunicación para la promoción de la salud y la prevención de enfermedades. Se esperan trabajos que analicen la relación médico-paciente, la comunicación en organizaciones de salud, el papel de los medios en la construcción de la agenda de salud, y el impacto de internet y las redes sociales en la búsqueda de información sanitaria por parte de los ciudadanos (con los riesgos de desinformación que ello conlleva). Se valorarán estudios sobre comunicación y salud mental, salud sexual y reproductiva, enfermedades crónicas y epidemias.

Subtema 6.3 Desafíos de la inteligencia artificial

La inteligencia artificial (IA) representa una de las transformaciones más profundas y disruptivas para el campo de la comunicación. Este subtema, de carácter transversal y urgente, invita a explorar las múltiples implicaciones de la IA. Se buscan trabajos que analicen el impacto de los algoritmos en la curaduría de contenidos y la formación de «burbujas de filtro»; los desafíos éticos de la IA generativa (deepfakes, plagio, autoría); la automatización del trabajo en profesiones comunicacionales (periodismo, publicidad, relaciones públicas); los sesgos algorítmicos y su impacto en la equidad social; y las nuevas formas de interacción humano-máquina (chatbots, asistentes virtuales) que están redefiniendo la comunicación interpersonal y de servicio.

6.4 Cartografías del campo de la comunicación

El subtema busca reunir las reflexiones epistemológicas de los estudios de la comunicación como campo emergente abierto. Convoca a trabajos acerca de la integración de perspectivas teóricas; el reconocimiento de investigaciones, investigadores, escuelas, redes, proyectos y obras fundacionales; aportaciones de autores imprescindibles en los estudios de comunicación, y las experiencias de la

institucionalización de los estudios de comunicación en programas doctorales y centros de investigación.

Normas para autores y proceso de envío

El proceso de selección se realizará en dos fases:

Fase 1. Envío de resúmenes

Los autores interesados deberán enviar un resumen extendido de su propuesta de capítulo. El resumen debe tener una extensión de entre 400 y 600 palabras y debe incluir:

- Título del capítulo.
- Eje temático y subtema en el que se inscribe.
- Nombre completo del autor/es, filiación institucional y correo electrónico de contacto.
- Planteamiento del problema, objetivos, marco teórico-metodológico y principales conclusiones o argumentos.
- Cinco (5) palabras clave.

Los resúmenes deberán ser enviados en formato .doc o .docx al correo electrónico:
comunicacion.campoabierto@gmail.com

Fase 2. Envío de capítulos completos

Los autores de los resúmenes aceptados serán invitados a enviar el capítulo completo.

Los capítulos deberán ser trabajos originales e inéditos, con una extensión de entre 6000 y 10000 palabras (incluyendo notas y bibliografía).

El formato de citación y referencias deberá seguir las normas Chicago. Se enviarán directrices de estilo detalladas junto con la carta de aceptación.

Todos los capítulos recibidos serán sometidos a un proceso de revisión por pares doble ciego por parte de un comité científico especializado, lo que garantizará la calidad y pertinencia académica de la publicación.

Plazos de la convocatoria:

Envío de resúmenes: El plazo de recepción de resúmenes vence el 5 de marzo de 2026

Envío de manuscritos: El plazo de recepción de manuscritos vence el 30 de julio de 2026

Equipo Editorial

Dr. Carlos F. Del Valle-Rojas

Profesor Titular A en la Universidad de La Frontera (UFRO). Director del Doctorado en Comunicación UFRO-UACH. Doctor en Comunicación por la Universidad de Sevilla. Posdoctorado en Comunicación, Medios y Cultura por la Universidad Nacional de La Plata. Posdoctorado en el Programa Avançado de Cultura Contemporânea (PACC) por la Universidad Federal de Río de Janeiro. Posdoctorado en Filosofía de la Comunicación Transcultural por la Universidad París 8. Director de la revista Perspectivas de la Comunicación. Vicepresidente de la Unión Latina de Economía Política de la Comunicación y la Cultura (ULEPICC). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9905-672X>. Correo electrónico: carlos.delvalle@ufrontera.cl

M.Sc. Yeni Yeisi Adán Castaños

Licenciada en Historia (Universidad de Camagüey, Cuba). Máster en Estudios Históricos y Antropología Sociocultural Cubana (Universidad de Cienfuegos, Cuba). Candidata a Doctora en Comunicación por la Universidad de La Frontera y la Universidad Austral de Chile y en doble titulación, por la Universidad de Sevilla. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7621-5134>. Correo electrónico: y.adan01@ufromail.cl

Mg. Paul George Munguía Becerra

Comunicador social y magíster en Sociología (UNMSM), máster en Escritura Creativa en Español (Universidad de Salamanca, España). Docente de Estudios Generales en la Escuela Profesional de Odontología (UNMSM) y de la Maestría en Gestión e Innovación Educativa (Escuela de Posgrado-UCSS). Becario por la Universidad Nacional de La

Frontera en el Doctorado en Comunicación de la Universidad de La Frontera y Universidad Austral de Chile. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5977-2983>. Correo electrónico: p.munguia01@ufromail.cl

Colección:

