

## **II CIRCULAR**

### **III JORNADAS DE JÓVENES INVESTIGADORES EN COMUNICACIÓN CIPECO - FCC**

**5 Y 6 DE MAYO DE 2022  
CIPECO: Rondeau 467. 1 piso.**

#### **I. Fundamentación**

Durante los días 5 y 6 de mayo del presente año 2022 se desarrollarán, en el Centro de Investigaciones en Periodismo y Comunicación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba, las III Jornadas de Jóvenes Investigadores en Comunicación.

Como en los encuentros anteriores, de los años 2018 y 2019, las jornadas pretenden abrir un espacio de reflexión y debate sobre la comunicación y la cultura contemporáneas desde el interior del país para quienes se encuentren transitando los momentos iniciales de su trayectoria como investigadores.

Las jornadas de la III JICOM serán un espacio de encuentro de los trabajos de jóvenes estudiantes, tesistas y becarixs, integrantes de equipos de investigación, que aborden las diferentes y diversas dimensiones de la comunicación y el periodismo.

La pluralidad de los estudios, enfoques y tradiciones del campo de la comunicación se nutre de las transformaciones sociales, políticas, culturales y tecnológicas. Luego de un bienio signado por la pandemia mundial de SARS Covid-19, reinaugurar espacios de encuentro se torna imprescindible para el intercambio de experiencias, debates, certezas e interrogantes que hacen a la construcción del conocimiento científico. Lo insoslayable de la crisis sanitaria reserva un lugar especial en la III JICOM para el debate sobre la relación entre la comunicación y la salud. Esta última, comprendida de una manera amplia y crítica, reaviva la importancia de los trabajos y las discursividades sobre el cuidado, la nutrición, la medicina, la inmunización, que atraviesan y configuran nuestra vida cotidiana.

La propuesta de este año, al igual que en las ediciones anteriores, también incluirá paneles y conversatorios donde lxs jóvenes investigadores podrán participar, junto a investigadores de mayor recorrido, en la actualización de los debates, herramientas y destrezas propias del campo comunicacional. En la presente edición la temática será la reflexión sobre la actualidad de la investigación y la extensión en Comunicación en tiempos de pandemia. La pregunta gravitante para estos encuentros será ¿Qué implica producir conocimiento en el campo de la Comunicación en la actualidad? Para ello proponemos un recorrido por la umbralidad entre cuerpos, tecnologías, fronteras y territorios y sus complejas mediaciones que encuentran en el campo comunicacional un espacio reflexivo pertinente.

Asimismo se realizarán talleres de formación metodológica y espacios para la difusión de la producción científica de los equipos de investigación de la FCC. Tanto los paneles como los talleres, serán oportunamente detallados en la próxima circular.

## **II. Destinatarios/as de las Jornadas**

La convocatoria se dirige a estudiantes -de grado y posgrado-, tesis, becarios, graduados, integrantes de equipos de investigación y profesionales radicados en ésta u otras unidades académicas, que desarrollen actividades de investigación en el campo de la comunicación.

## **III. Modalidad de participación**

Las III Jornadas estarán organizadas en tres instancias: 1) mesas de trabajo y presentación de TFL; 2) paneles temáticos y 3) talleres metodológicos.

**Información importante: se extiende el plazo de inscripción para la presentación de resúmenes hasta el 25 de marzo de 2022 inclusive.**

Se podrá participar como expositores en las mesas de trabajo y como asistentes en todas las instancias de las jornadas.

Para participar como **expositores** tanto de las mesas de trabajo como de la presentación de trabajos finales de licenciatura (TFL), se deberá presentar un resumen ampliado considerando las siguientes pautas:

### *Extensión*

1500 palabras como máximo, en Times New Roman 12, interlineado 1.5.

### *Títulos y subtítulos*

En minúscula, en negrita, hasta 60 caracteres con espacios. No se utilizan volanta y bajada.

### *Contenido*

El trabajo dará cuenta en cada caso de la problemática, la fundamentación teórica, las estrategias metodológicas, y los avances y resultados logrados en cada caso. Tendrá la forma de un ensayo académico. No se utilizarán negritas, subrayado, ni itálica.

### *Notas*

Se utilizarán sólo para datos ampliatorios o aclaratorios, no para referencias bibliográficas.

### *Referencias bibliográficas*

#### *En el interior del texto*

Para las citas se utilizarán las instrucciones de normas APA (versión 2016-6ª Edición). En las citas directas o transcripciones textuales, se indicará el número de página correspondiente. A partir de los 250 caracteres se utilizará el estilo de cita a bando (párrafo sangrado).

#### *Al finalizar el texto*

Se consignarán sólo las referencias de los materiales utilizados en el desarrollo del trabajo.

Se listarán en orden alfabético (y en orden cronológico las obras de un mismo autor).

### *Ejemplos*

#### *Libro*

Gago, Verónica (2014). La Razón Neoliberal: economías barrocas y pragmática popular. Tinta Limón.

#### *Capítulo de Libro*

Rose, N. (2009). "Identidad, genealogía, historia". En: Hall, St. y Du Gay, P. (ed.) Cuestiones de identidad. Buenos Aires: Amorrortu.

#### *Artículo de Revista*

Martin Barbero, J. (1993). La comunicación en las transformaciones del campo cultural. Revista Alteridades, vol. 3, núm. 5, pp. 59-68.

Las jornadas contarán con comentadores de trabajos, y se apuntará a establecer líneas de diálogo y debate en una misma mesa. El resumen ampliado será el único documento que se recibirá.

Lxs expositorxs deberán completar el [formulario de inscripción](#) a las JJICOM y adjuntar el resumen ampliado.

#### **IV. Presentación de trabajos finales de grado**

Para participar en esta instancia lxs interesadxs deberán presentar un resumen ampliado teniendo en consideración las siguientes cuestiones según tipología de TF:

##### **A) PARA PRODUCTOS DE COMUNICACIÓN**

El resumen debe contener:

- Introducción con definición de problema/s y objetivos/s
- Breve contextualización y descripción del producto (consideración de aspectos teóricos-metodológicos)
- Resultados/conclusiones (la realización del producto)

##### **B) PARA INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS**

El resumen debe contener:

- Introducción con definición de problema/s y objetivos/s
- Breve contextualización del estudio y aspectos teóricos-metodológicos de la investigación
- Análisis/Resultados / Conclusiones

##### **C) PARA PRÁCTICAS Y PLANES DE COMUNICACIÓN**

El resumen debe contener:

- Introducción con definición de problema/s y objetivos/s
- Breve descripción del diagnóstico y Plan
- Conclusiones

Los requisitos formales son los planteados en el punto III, además deben llenar el siguiente [formulario de inscripción](#) donde deberán adjuntar el resumen ampliado.

**La recepción e inscripción de resúmenes se extiende hasta el 31 de marzo de 2022.**

La conformación de los Talleres metodológicos se explicitarán en la III Circular, y se abrirán las inscripciones para asistentes.

#### **V. Sobre la publicación de los trabajos**

Se realizará por medio del consejo académico de las Jornadas la selección de trabajos para su posterior publicación digital. Los y las comentaristas de mesas

realizarán un resumen de lo discutido en las mismas. El lugar de publicación será el repositorio institucional de la UNC, bajo licencia en Acceso Abierto, y contará con ISSN.

## **VI. Participación como asistente**

La participación en las jornadas es gratuita, para obtener el certificado asistente deberán completar el [formulario de inscripción online](#) y acreditar la asistencia durante las Jornadas.

## **VII. Llamado a la feria de publicaciones**

Destinado a toda la comunidad académica de la FCC y a los participantes de las JICOM que deseen exponer sus publicaciones (libros, fanzines, actas, anuarios, y/u otros tipos de productos resultado de investigaciones; etc.) desde el 2017 a la actualidad. Ello tiene por objeto socializar líneas, campos, resultados de procesos/productos finalizados de investigación en comunicación y periodismo, y serán expuestos en un stand dispuesto para ello en las Jornadas que podrá ser consultado continuamente.

Para participar en la feria de publicaciones deberán completar el [formulario de inscripción online](#) respectivo

### **FECHAS IMPORTANTES**

**Prórroga presentación resúmenes para Mesas Temáticas y Trabajos Finales de grado: 25/03/2022**

**Comunicación de aceptación de resúmenes: 22/04/2022**

Recibirá un correo de esta dirección: [jjicom.cipeco@gmail.com](mailto:jjicom.cipeco@gmail.com)

**Inscripción de productos para la feria de publicaciones: Desde el 08/03/2022 al 22/04/2022**

**Inscripciones asistentes: 08/03/2022 al 05/05/2022**

## EJES PROPUESTOS

### 1) Estado, mercado y sociedad.

Este eje se propone abordar el campo de estudios de las políticas culturales y comunicacionales y de sus prácticas. Con ello, busca abrir el debate respecto de las políticas públicas que regulan la producción y gestión de los medios/cultura; el poder que relaciona tanto actores como instituciones y sus inscripciones en los sistemas jurídicos y políticos a diferentes niveles (local, nacional e internacional).

Atendiendo a las prácticas, este eje concibe a la comunicación organizacional como una dimensión fundamental dentro de los procesos de gestión y transformación en las organizaciones e instituciones. Por lo que propone, además, un espacio de discusión sobre procesos, proyectos, diagnósticos e intervenciones de comunicación vinculados a empresas, organizaciones del Estado y del tercer sector (ONG's, asociaciones, cooperativas, etc.) con el objeto de reflexionar y profundizar los conocimientos en torno a las estrategias comunicacionales desplegadas en cada sector.

### 2) Lenguajes, discursividades y prácticas periodísticas.

La comunicación social como campo de investigación tiene una larga tradición de vinculación -a veces caótica, a veces armoniosa- con las disciplinas orientadas a indagar en diversos discursos y lenguajes sobre los procesos de constitución de lo social.

La construcción y disputa de sentidos, la producción de subjetividades, la fabricación de la actualidad, la enunciación y la argumentación política, la performatividad del género, la mediatización de diversos registros semióticos, las condiciones de producción de lo posible social y sus efectos, los componentes axiológicos, pathemicos y afectivos de la palabra pública, son algunos de los problemas que los estudios del discurso pueden interrogar desde la comunicación social. A su vez, el desarrollo acelerado de la infra-estructura digital, en tanto nueva materialidad medial y nuevo lenguaje de gobierno de la vida, abre un núcleo problemático presente en la pregunta por el estudio de un objeto situado en un "más allá" del régimen humano de interpretación semiótica, impactando y expandiendo el alcance de la teoría los medios, los discursos y el lenguaje.

Dadas las condiciones de producción discursiva del presente, casi ninguna indagación material del lenguaje puede soslayar la importancia de la mediatización y digitalización de los distintos soportes. ¿Cuál es el impacto en las diversas prácticas comunicacionales -periodísticas, artísticas, políticas- de la intensa transformación técnica en sus condiciones de producción, circulación y

reconocimiento? ¿Cuáles son las estrategias discursivas que definen visiones del mundo y enmarcan los conflictos contemporáneos? ¿Qué subjetividades, interpelaciones, alteridades se performan en la puesta en funcionamiento del discurso?

### **3) Subjetividades, conflictos y acción colectiva**

Abordamos este eje recuperando la centralidad de la vida cotidiana en tanto campo de disputa de sentidos, atravesada por conflictos y diversas formas de acción colectiva. El ámbito de la vida cotidiana se vió especialmente afectado por la pandemia: los sentidos sobre los cuidados, la salud y los Derechos Humanos; las sensibilidades puestas en juego en dicho clima enrarecido; las percepciones del 'otro' y el control/la regulación, son ejes de sumo interés para abrir el debate en el que entendemos la comunicación es transversal. En este eje nos proponemos pensar estas experiencias en tanto procesos de constitución de subjetividades y configuración de identidades. Comprendemos a la comunicación como una de las dimensiones claves para pensar y comprender cómo se desarrollan estos procesos interseccionales en los territorios urbanos y rurales.

A su vez, buscamos reflexionar sobre los procesos de mediatización y mercantilización socio-cultural y comunicativa en el marco de las dinámicas conflictuales actuales que impactan en las formas expresivas de la acción colectiva y en la constitución de nuevas subjetividades.

En base a los dicho, esperamos aportes sobre: procesos de conformación de subjetividades en tensión con intervenciones públicas/privadas que reordenan el espacio socio-territorial (emprendimientos extractivistas, hábitat, patrimonialización, gentrificación, turistificación, seguridad, entre otros), subjetivaciones/subjetividades políticas (sexo - genéricas, medio ambiente, raza/etnia, laborales, etc.); nuevas modalidades expresivas y comunicativas del conflicto social y la acción colectiva en contextos mediatizados; nuevas formas de socialidad y socialización en el marco de la creciente mediatización de la vida cotidiana; procesos de configuración de narrativas y memorias colectivas de colectivos sociales en lucha; cuerpos/territorios como clave en la que se intersectan la defensa de los procesos de salud de los entornos habitados y de la vida humana y no humana (prácticas de cuidado, salud colectiva/individual, la centralidad del alimento, entre otros).

### **4) Aportes teórico metodológicos del campo de la Comunicación**

Este eje abarca los estudios sobre el campo de la Comunicación, atendiendo a las distintas trayectorias académicas ya sean estudiantes de grado, recién recibidos o estudiantes de posgrado. Abrimos el espacio para realizar reflexiones teóricas, metodológicas y epistemológicas. Al hacer foco sobre cómo se investiga, problematizamos las relaciones entre la interdisciplinariedad y la

mirada específica de la comunicación en torno a la construcción del objeto de estudio.

En nuestro contexto actual atravesado por la pandemia, y transitando de una manera inicial la vuelta a la presencialidad, también nos interesa abordar algunas continuidades y discontinuidades en el hacer investigación en Comunicación. Proponiendo una revisión e intercambio de las perspectivas teórico-metodológicas que se naturalizan en los distintos dispositivos y estrategias de abordaje.