

# RESEÑAS



**ACOSTA, GLADYS Y ÁLVAREZ MAURICIO (2012). *Pensar la comunicación III*. Medellín, Colombia. Sello Editorial Universidad de Medellín. 317 p. ISBN: 978-958-8692-74-6.**

*Tenemos que hacer planes para la libertad, y no solo para la seguridad, por la única razón de que solo la libertad puede hacer segura la seguridad.*

KARL POPPER

El libro *Pensar la comunicación: Rutas de indagación en la configuración de un saber* constituye el tercer volumen del proyecto editorial *Pensar la comunicación*, con el que la Facultad de Comunicación de la Universidad de Medellín, a través de su *Centro de Investigación en Comunicación* (CIC), es consecuente con las políticas de investigación de la Universidad, en lo relativo a la producción, promoción, innovación y divulgación del conocimiento y con la orientación hacia la resolución de problemas, propia de su Misión institucional. El conjunto de problemas a cuya resolución este libro se orienta es el de la reflexión contemporánea sobre procesos de investigación realmente ejecutados y la producción de conocimiento a que estos dan lugar en el campo de la comunicación.

En virtud de lo anterior, *Pensar la comunicación III* se propone una mirada reconstruccionista de las metodologías seguidas en los procesos de investigación que adelantan los autores, con el propósito de dar cuenta, además de sus hallazgos o logros, de las experiencias y transursos de estos procesos. Es decir, no del diseño metodológico –el plan mediante el cual se pretendió garantizar un recorrido seguro y unos hallazgos rigurosos y objetivos– sino más bien de los avatares de la investigación en comunicación, de su aventura inherente y, en consecuencia, de las limitaciones que supone el trazado de rutas que tengan la pretensión de ser abordadas sin extravío. En virtud de lo anterior, el libro pretende elaborar una reconstrucción *a posteriori* de la lógica de dichos procesos, de su retroducción, conduciendo la mirada a lo efectivamente acaecido. Esto implica reconocer la ausencia de linealidad de la experiencia y sus vínculos con la libertad, elementos que se derivan de la naturaleza misma de sus objetos y de la presencia simultánea, en los mismos, de aciertos y de tropiezos. Por lo mismo, más que de una exposición de métodos

y procedimientos, es decir, más que de un *saber qué*, el libro se ocupa de un *saber cómo*, en tanto experiencia que en muchos casos traiciona (lo cual quizá sea plausible y hasta deseable) los planes metodológicos iniciales de la investigación en comunicación. En esa medida, permite, a su vez, la divulgación de experiencias significativas y exitosas de investigaciones en comunicación y en campos afines.

El libro está dividido en cuatro capítulos. El primero: *Reflexiones epistemológicas en torno a la comunicación* está constituido por cinco artículos. El primero de ellos: *¿Delimitar o des-limitar? Argumentos en torno al campo académico de la comunicación*, de Alejandra Walzer Moskovic, se ocupa de mostrar la naturaleza particular de la investigación en el ámbito de la comunicación. Esta naturaleza tiene que ver con las múltiples definiciones de dicho concepto y con la dificultad de su delimitación, que las más de las veces se intersecta con diversos campos de las ciencias sociales y humanas. Entendida entonces la comunicación, no como una ciencia ni como una disciplina, sino como un cruce de caminos, su complejidad, a su vez, podría considerarse un desafío, así como una oportunidad de despliegue de nuevas apuestas investigativas.

Los artículos, desde el segundo hasta el quinto, se ubican en el campo multidisciplinar de los estudios del discurso a partir del cual pretenden comprender los objetos particulares de los que se ocupan sus investigaciones. Así, el titulado: *Trayectos, prácticas y sentidos en las redes sociales. El caso Facebook*, de Gladys Lucía Acosta Valencia, presenta la ruta metodológica del proyecto de investigación *Mecanismos discursivos de la participación política en redes sociales de carácter virtual: El Facebook*. Muestra las dificultades inherentes a la investigación desde varios puntos de vista; entre ellos, los intereses de las investigadoras: comunicación, industrias culturales y análisis del discurso; la necesidad de atender a los intereses específicos de los Programas de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Medellín, a saber: las relaciones corporativas, los lenguajes audiovisuales y la comunicación gráfica publicitaria. Adicionalmente, el carácter cambiante y a veces efímero del objeto de investigación: los grupos en Facebook. La autora muestra cómo estas dificultades configuraron a cada paso la ruta metodológica de la investigación, de cuyo recorrido no previsible da cuenta el artículo, llegando a la conclusión de que camino y encrucijada son dos palabras que nombran bien dicha experiencia.

El artículo *Discursividad visual: apuntes para una aproximación a la imagen desde el análisis del discurso*, de Luis Rodrigo Viana Ruiz, describe la ruta metodológica de una investigación que se propuso el abordaje de los textos publicitarios desde las dimensiones sintáctica, semántica y pragmática. Lo anterior, con el fin de construir un modelo que dé cuenta de la relación existente entre los signos a través de los cuales se construyen los textos publicitarios y sus efectos discursivos.

*Construcción de la referencia en torno al concepto de brecha digital*, de María Cristina Pinto Arboleda, es un artículo que se ocupa del tema de la brecha digital, partiendo de la premisa de que el discurso que promueven los documentos institucionales y es reproducido a través de los medios de comunicación, resulta determinante para la comprensión del modo en que se constituyen determinadas relaciones de poder en las políticas que regulan las TIC.

Finalmente: *Hegemon mediaticizado. Un caso metodológico de análisis del discurso de las políticas de drogas desde la comunicación*, de Wilson Emilio Quintero Quintero. Este artículo parte del reconocimiento del carácter esencialmente discursivo de las prácticas comunicativas utilizadas en el fenómeno de la certificación que el Gobierno de los Estados Unidos dirige al Gobierno de Colombia en relación con el tema de las drogas. A partir del mismo, y utilizando un método deductivo e interpretativo, emprende el análisis en torno al uso de la argumentación con el fin de reconocer las estrategias persuasivas que configuran el tono diplomático, así como su poder mediático.

El capítulo dos del libro está compuesto por cinco artículos. Los dos primeros hacen una presentación del método etnográfico y su implementación en la investigación en el campo de la comunicación. Así, en *Narraciones de barrio. Una mirada al hip hop*, de Ángela Garcés Montoya, este método es utilizado en los espacios urbanos con el fin de vincular el método con "el recuerdo, la experiencia y la narración de los *hiphoppers* de Medellín", logrando así que el proceso investigativo acontezca de modo recíproco: del investigador a los protagonistas de estos espacios urbanos, y viceversa. En la misma línea, el artículo *Nuestra estética contra su violencia. El principio dialógico de la etnografía visual en los procesos formativos y audiovisuales de la corporación Pasolini*, de César Augusto Tapias Hernández, pone de relieve la importancia metodológica que posee el diálogo, como posibilidad de acceso a los entornos violentos, así como de fuente de información susceptible de ser interpretada para la construcción de conocimiento en el ámbito de la comunicación.

El tercer artículo de este capítulo: *Análisis de contenido: lógicas de significación entre mensajes, contenidos y contenedores*, escrito por Carlos Alberto Galvis Ortiz, Mauricio Andrés Álvarez Moreno y Carlos Andrés Arango Lopera, presenta el análisis de contenido como una herramienta eficaz de investigación en comunicación, a partir de la experiencia investigativa en torno a consumos e imaginarios urbanos. Los investigadores proponen una ampliación del contexto en el que el análisis de contenido ha sido denostado, mostrando las posibilidades que provee como método de investigación.

Los artículos cuarto y quinto de este capítulo tienen como objetivo la presentación del método hermenéutico y su rendimiento en la investigación en comunicación. En virtud de lo anterior, el artículo *Más mediados que comunicados*, de Luis Horacio Botero Montoya, reconstruye la ruta metodológica de una investigación que, desde la perspectiva de la comunicación corporativa, se propuso avanzar hacia la demostración de la hipótesis según la cual en las empresas hay más medios que comunicación efectiva. En ambos artículos la hermenéutica es presentada como un conjunto de técnicas de recolección e interpretación que permiten la creación y posterior confirmación de conjeturas.

El último artículo de este capítulo *Un hecho que nos sorprende o una vivencia: he ahí la experiencia hermenéutica*, de Elvia María González Agudelo, propone una articulación entre la teoría y la práctica a través de la descripción del proceso hermenéutico y de las categorías a través de las cuales se construye sentido desde la lectura interpretativa y la escritura como creación.

El capítulo 4 del libro, presenta dos textos cuyo objeto es la investigación social mediante técnicas grupales o métodos sociobiográficos, y su finalidad es poner en relación lo individual y lo colectivo. Así, el texto *La comunicación: eje central en el método sociobiográfico*, de Alba Shirley Tamayo, propone un análisis de un tema de actualidad: la migración femenina colombiana hacia Madrid, y muestra el papel que la comunicación desempeña al lograr la articulación entre lo micro y lo macrosocial a partir de dicho método. Por su parte, el texto *La discapacidad y su representación audiovisual: una experiencia con el método de los grupos focales*, de Fernando Arenas Vélez, muestra el modo en que los grupos focales pueden utilizarse como método y fuente primaria de información que conduce a la posibilidad de codificar, analizar y, finalmente, avanzar hacia la elaboración teórica de las hipótesis de la investigación.

La anterior presentación da cuenta de la diversidad de temáticas y perspectivas que ofrece el libro *Pensar la comunicación III*, así como del hecho de que se trata de un libro que promueve una pertinente interlocución con la investigación contemporánea, tanto por parte de los investigadores avezados, como de quienes son neófitos en los rituales de la actividad científica. Su eje transversal es la finalidad pedagógica, toda vez que los artículos que lo componen, al ser reconstrucciones de procesos, ilustran sobre el valor de la investigación. Es de esperarse que este libro avive el deseo y la pasión por la práctica investigativa y que fomente escenarios de discusión crítica que tiendan a construir el sentido de lo que significa investigar en comunicación.