



Construcción del corpus para un análisis del estado del arte de la investigación sobre medios y mediaciones como temáticas en los estudios de comunicación y ciudad en Colombia, entre 2010 y 2015 (investigación en proceso)

JUANA MACHADO ROLDÁN

Estudiante de séptimo semestre de Comunicación Social - Periodismo, de la Universidad Pontificia Bolivariana. Miembro del semillero de Comunicación, Ciudadanía y Políticas.

juana.machado@upb.edu.co

JUAN CARLOS BUSTAMANTE OROZCO

Estudiante de séptimo semestre de Comunicación Social - Periodismo, de la Universidad Pontificia Bolivariana. Miembro del semillero de Comunicación, Ciudadanía y Políticas.

juan.bustamanteo@upb.edu.co



JUAN ESTEBAN GÓMEZ BEDOYA

Estudiante de sexto semestre de Comunicación Social - Periodismo, de la Universidad Pontificia Bolivariana. Miembro del Semillero de Comunicación, Ciudadanía y Políticas.

juan.gomezbe@hotmail.com

Resumen

Esta investigación, formulada como uno de los microproyectos que indaga sobre un *estado del arte* en comunicación y ciudad, procura el registro, la clasificación, el análisis y la visibilización de las pesquisas acerca de medios y mediaciones en Colombia, o realizadas por investigadores colombianos en ciudades latinoamericanas, entre el 2010 y el 2015. Esta temática es entendida a partir de autores como Jesús Martín Barbero y Guillermo Orozco. La pregunta del proyecto pasa por cuáles autores en el contexto planteado involucran los medios dentro de las mediaciones. La ponencia presenta los avances de la investigación hasta su primera fase de clasificación del corpus académico recolectado. Tomando como referencia metodológica el análisis de contenidos, que implica una hermenéutica controlada, se realizó un primer segmento de interpretación que involucra unos criterios de distribución geográfica, temporal y temática del corpus; actualmente, en el segundo momento metodológico, se está ahondando en los fundamentos conceptuales que sustentan las investigaciones sociales abordadas, así como su diseño metodológico, mediante una lectura estructurada de los textos, que posibilita encontrar enfoques



predominantes en las investigaciones sobre medios y mediaciones, así como vacíos teóricos al respecto.

Palabras clave: comunicación y ciudad, medios y mediaciones, estado del arte, medios de comunicación, mediaciones de comunicación, comunicación, ciudadanía, política.

Objetivo general

Evidenciar el estado del arte de la investigación en Colombia entre los años 2010 y 2015 sobre comunicación y ciudad en relación con los medios y mediaciones en ciudades latinoamericanas.

Objetivos específicos:

- Identificar las temáticas asociadas a los Medios y las Mediaciones en estudios de comunicación y ciudad no han sido explorados.
- Identificar los enfoques teóricos que se planteen en los archivos a encontrar en las investigaciones realizadas sobre Medios y Mediaciones.
- Conocer investigaciones en América Latina que han surgido frente al tema de Medios y Mediaciones con relación al tema de comunicación y ciudad.

Introducción – planteamiento del problema

La proliferación y el crecimiento de las plataformas digitales como depósito del conocimiento producto de diversas investigaciones académicas



han tenido como resultado la dificultad para agrupar y sistematizar la información. Como lo plantea Arbeláez “desde finales del siglo pasado es una hipótesis que pocos se atreven a cuestionar. Sin duda las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) han transformado, además de muchos aspectos de la vida en sociedad, la forma en la que se investiga y se aborda un objeto de estudio”. (Arbeláez, 2014. Página 997).

Si bien es cierto que para estudios e investigaciones las plataformas representan una facilidad de acceso a la información es importante plantear la necesidad de clasificar y ordenar taxonómicamente la información para lograr identificar artículos y temáticas relevantes. De esta forma parte la necesidad de englobar la información pertinente a medios y mediaciones en la compilación de un corpus académico que comprenda tanto las investigaciones contenidas en bases de datos de universidades colombianas como las de algunas bases de datos seleccionadas.

Es claro entonces el problema que representa para la investigación en Comunicación de Colombia “la aproximación a un objeto de estudio desde, en reiteradas ocasiones, una sola perspectiva teórica que suele ser aquella que con más fuerza se muestra para el momento del ejercicio académico” (Jaillier, p. 21). El resultado de esto es que en muchas ocasiones, por la misma abundancia de información y la forma en que esta se establece, los investigadores recurren a al paradigma o postura más recurrente sin la posibilidad de contemplar holísticamente varios trabajos realizados alrededor del tema.



Justificación

Este proyecto busca reconocer, a través del estado del arte, cuál es la información contenida en bibliotecas y bases de datos digitales pertinente a la temática de comunicación y ciudad, teniendo como objeto el subtema de medios y mediaciones en Colombia entre los años 2010 y 2015.

A través de la clasificación ya mencionada se realizará una identificación categorización de los archivos que se encuentran en medios tanto físicos y como digitales, que debido a la proliferación de la información en esta era muchas veces es difícil de rastrear. Este estudio servirá como base de datos y fuente de información para investigadores sociales que trabajen sobre comunicación y ciudad; de igual forma ayudará al Grupo de Investigación en Comunicación Urbana –GICU- de la UPB a definir futuros temas de investigación en el marco de los medios y las mediaciones en Colombia durante el tiempo ya mencionado.

Marco teórico

Lo primero a tratar en este modelo investigativo el primer paso es delimitar qué se entiende por comunicación. Dentro de lo que se analizará y es pertinente a este proyecto no hay una definición propia de comunicación dentro del abordaje crítico que suelen tener los estudios de *medios y mediaciones*; Jesús Martín Barbero explica que él “resumiría en lo siguiente: estábamos convencidos de que quien nos decía lo que era comunicación, lo que era relevante en comunicación, era la teoría” (Barbero, 2012, pág. 78).



Luego de aclarar qué se estaba entendiendo mal en la idea de comunicación, por lo menos dentro de lo crítico, Barbero aclara que: “hemos tenido que perder la seguridad que nos daba la semiología o la psicología, o la teoría de la información, para que nos encontráramos a la intemperie, sin dogmas, sin falsas seguridades, y solo entonces empezáramos a comprender que lo que es comunicación.” (Barbero, 2012, pág. 78). Ya es claro entonces que los estudios revisados por este proyecto tienden a poner en cuestión el positivismo en la comunicación, y a su vez, entienden el acto comunicativo como la posibilidad de una lucha contra la hegemonía y un elemento para la transformación social.

El siguiente tópico a considerar es la idea de ciudad, la cual no se ha entendido en el presente como el espacio urbano o la “metrópoli” como se suele abordar. Aquí la ciudad parte de conceptos como el del urbanista español Jordi Borja, el cual entiende la ciudad como *el espacio público*, ya que en este se realiza la síntesis de lugares y flujos (Borja, 2003), aseverando entonces que: “La ciudad es el espacio público, lugar de la cohesión social y de los intercambios [...]. La ciudad es el espacio público donde el poder se hace visible, donde la sociedad se fotografía, donde el simbolismo colectivo se materializa.” (Borja, 2003, pp. 119-120).

Un término que será encontrado con frecuencia en la recolección del corpus que realizará este trabajo es el de hegemonía, ya que distintas organizaciones recurren a ella con el fin de controlar a la sociedad e incluso manipular las tendencias culturales.

El profesor de la Universidad de La Plata, Jorge Huergo, plantea en una de sus fichas de cátedra dos posturas frente a la hegemonía, una res-



pecto al origen y otra respecto a su implementación política, estas son en su respectivo orden:

“El término hegemonía es muy antiguo; ya los griegos, muchos años antes de Cristo, lo utilizaban. Para ellos, hegemonía significaba conducción o dirección de otros, o el poderío y la preponderancia para gobernar un grupo o una sociedad. El término se utilizó, también, relacionado con la teoría de la guerra y con las teorías del conflicto en las relaciones sociales, en general.” (Huergo, 2015).

En la historia del pensamiento político han existido (hasta las aportaciones de Antonio Gramsci) dos significados prevalectes del concepto de hegemonía (ver Bobbio y otros, 1995: 746-748). El primero equipara hegemonía con dominio, destacando el carácter coactivo del mismo, la fuerza ejercida por los poderosos sobre los subordinados, la sumisión política en lugar del consenso cultural (es el sentido que prevalece en Lenin y Stalin, por ejemplo). El segundo, en cambio, se refiere a la capacidad de dirección intelectual, moral y cultural en virtud de la cual una clase dominante (o aspirante al dominio) logra acreditarse como legítima, alcanzando consenso como clase dirigente (es el sentido generalizado entre la cultura política italiana, por ejemplo). (Huergo, 2015).

Partiendo de esto hay un tipo de organización que tiene gran capacidad de influencia en grupos sociales que integran la ciudad, dado a través de la misma comunicación y son los *medios de comunicación*. Estos se pueden entender como la industria que se ha dedicado a comercializar



con la información y la comunicación; para teóricos como Daniel Prieto Castillo el campo de la comunicología debe encaminar sus esfuerzos a derogar el poder de los medios tradicionales y entender la comunicación y los públicos desde una perspectiva más social, por ello afirma:

Por ella entendemos el intento de dirigir el análisis al campo de posibilidad de los medios de comunicación: la vida misma de la gente, la historia, el contexto, la complejidad de cualquier situación humana, la cultura. La clave no pasa por el poder de los medios, sino por los seres y el contexto desde donde se establecen las relaciones con aquellos. (Prieto Castillo, 1993, pág. 7).

La posibilidad del cambio social y la derogación de la hegemonía se da en comunicación con el nacimiento del concepto *medios y mediaciones*. Frente a lo que es pertinente a medios y mediaciones como estudio de comunicación y ciudad, este proyecto cuenta con Jesús Martín Barbero y Guillermo Orozco como sus principales referentes teóricos.

Barbero es el primero en plantear el paso de los medios a las mediaciones como: “[...] La comunicación se está convirtiendo en un espacio estratégico desde el que pensar los bloqueos y las contradicciones que dinamizan estas sociedades-encrucijada, a medio camino entre un subdesarrollo acelerado y una modernización compulsiva. De ahí que el eje del debate se desplace de los medios a las mediaciones, esto es, a las articulaciones entre prácticas de comunicación y movimientos sociales, a las diferentes temporalidades y la pluralidad de matrices culturales.” (Barbero, 1987, pág. 203).



Por su parte Guillermo Orozco define las mediaciones sociales como un medio mismo: “La etnia, el género, las identidades de la audiencia, las instituciones sociales a las que pertenece y los movimientos y organizaciones ciudadanas en las que participa, son también mediaciones que van conformando el resultado de sus interacciones con los medios.” (Orozco, 1997, pág. 28).

Es evidente entonces que los términos que engloban esta investigación hacen referencia a fuertes asuntos histórico-sociales, dados principalmente en Latinoamérica, generando una crítica constante a cómo se entiende y cómo funciona la comunicación, buscando allí una explicación dialéctica fundada en el pensamiento crítico.

Metodología

El estado del arte se caracteriza por el uso de técnicas y métodos modernos y avanzados. El diccionario de Oxford define el estado del arte en la investigación como “lo mejor que puede presentarse en la actualidad”, es decir, la información más relevante que se tiene con respecto a un tema durante un período de tiempo (Oxford Dictionaries), por ello es en lo que se centrará esta investigación.

Lo que permite a este proyecto ser una investigación manteniéndose como estado del arte es la metodología, la cual se basa en la implementación de una técnica de análisis de contenido que atraviese por una “hermenéutica controlada basada en la deducción” (Bardim, 2002, p. 56). La hermenéutica controlada sería entonces análisis de contenido a



través de un control de datos no exegético, esto permite un estudio más detallado de la estructura de un corpus determinado.

Es importante aclarar también que el paradigma epistemológico social que es pertinente a esta investigación no es el pensamiento crítico por más que sea el suelo de los trabajos que construyen lo conceptual de la pesquisa y de la mayoría de trabajos que se revisarán en la construcción del estado del arte.

Por las características metodológicas que engloban este trabajo y al ser el mismo de corte hermenéutico, este está enmarcado en un paradigma epistemológico estructuralista. Aquí se busca establecer las razones que existen entre un determinado número que componen una estructura, a través del mismo análisis de contenidos en la hermenéutica controlada se quiere entonces hacer una estudio de la naturaleza abstracta de la totalidad de la pesquisas realizadas en medios y mediaciones que se encuentren delimitadas bajo el criterio de selección planteado.

El criterio de selección para las investigaciones seleccionadas en esta fase uno estuvo compuesto por: distribución temática (medios y mediaciones), distribución espacial (investigadores colombianos en Latinoamérica) y distribución temporal (publicaciones realizadas entre 2010 y 2015).



Tabla 1

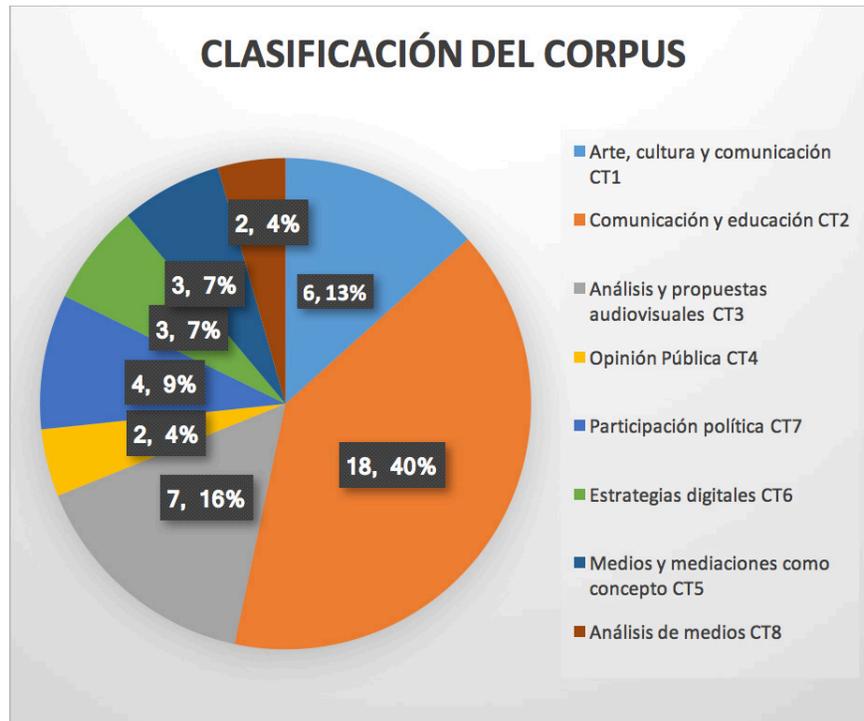
	Fórmula de búsqueda			
	Google Académico	EBSCO	Redalyc	Universidades
Ecuaciones de búsqueda	“medios y mediaciones” “comunicación” “ciudad” “Colombia” “urbano”	(TX medios y mediaciones) AND (TX comunicación) AND (TX ciudad) AND (COLOMBIA)	(PC medios y mediaciones) (PC comunicación) (PC ciudad) AND (CO medios y mediaciones) (CO comunicación) (CO ciudad)	“medios y mediaciones” “comunicación” “ciudad”

Tabla 2

Categorías de investigación	Código de	Número
	la categoría	
Arte, cultura y comunicación	CT1	6
Comunicación y educación	CT2	18
Análisis y propuestas audiovisuales	CT3	7
Opinión Pública	CT4	2
Participación política	CT7	4
Estrategias digitales	CT6	3
Medios y mediaciones como concepto	CT5	3
Análisis de medios	CT8	2
TOTAL		45



Gráfica 1.



Hallazgos

Se encontraron ocho categorías predominantes sobre Medios y Mediaciones después de realizar la primera fase de clasificación del Estado del Arte. (ver tabla #1).

Conclusiones

Las siguientes son las conclusiones a las que ha llegado el equipo investigador durante esta primera fase del proceso, teniendo en cuenta que la presente ponencia expone la metodología para la construcción de un corpus para un análisis del Estado del Arte de la Investigación sobre Me-



dios y Mediaciones que responde, en este caso, a un ejercicio formativo en investigación académica

En la búsqueda hubo dificultad para acceder a algunas de las bases de datos elegidas para realizar el Estado del Arte, pero la situación fue solucionada gracias a la perspicacia de uno de los integrantes del equipo que encontró la manera de ingresar como invitado en dichas bases de datos y así poder proseguir con la búsqueda de la información.

Además, se pudo notar desde este primer momento del proyecto una escasez de producción académica referente al tema de Medios y Mediaciones como temática de estudio en Comunicación y Ciudad en Colombia y por investigadores colombianos

Referencias

- Barbero, J. M. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili S.A.
- Barbero, J. M. (2012). De la comunicación a la cultura. Perder el “objeto” para ganar el proceso. *Signo y Pensamiento*, 76-84.
- Bardim, L. (2002). *Análisis de contenido*. Madrid: Ediciones Akal, Presses Universitaires de France.
- Borja, J. (2003). *La ciudad conquistada*. Madrid: Alianza Editorial.
- Holsti, O. (1968). *Content analysis*. En L. ARDENER, y A. ELLIO, *The handbook of social psychology, vol II*. Austin: Reading Mass, Addison-Wesley Pub. Co.
- Huergo, J. (14 de Septiembre de 2015). *Hegemonía: un concepto clave para comprender la comunicación*. Obtenido de perio.unlp.edu.ar: [http://](http://perio.unlp.edu.ar)



perio.unlp.edu.ar/sitios/opinionpublica2pd/wp-content/uploads/sites/14/2015/09/P2.1-Ficha-de-c %C3 %A1tedra-Huergo.pdf

Orozco, G. (1997). El reto de conocer para transformar. Medios, audiencias y mediaciones. *Revista Comunicar número 8*, 25-30.

Prieto Castillo, D. (Septiembre de 1993). *Los medios de comunicación en el fin del milenio*. Obtenido de prietocastillo.com: <http://prietocastillo.com/textos/1/Losmediosdecomunicaci %C3 %B3nenelfindel-milenio.pdf>