



Nómadas (Col)

ISSN: 0121-7550

nomadas@ucentral.edu.co

Universidad Central

Colombia

Valderrama, Carlos Eduardo

LA INVESTIGACIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN COLOMBIA (1980-2009)

Nómadas (Col), núm. 31, octubre, 2009, pp. 262-276

Universidad Central

Bogotá, Colombia

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=105112061018>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto



Nereo, Cúcuta, Norte de Santander, 1957 .

LA INVESTIGACIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN COLOMBIA

(1980-2009)*

MASS MEDIA SOCIAL RESEARCH IN COLOMBIA (1980-2009)

Carlos Eduardo Valderrama**

Este artículo presenta un panorama general de la investigación y la reflexión desarrolladas en Colombia durante los años comprendidos entre 1980 y 2009 sobre los medios de comunicación. Reseña las principales tendencias temáticas, teóricas y metodológicas de dichos trabajos, así como algunos aspectos de su producción en términos temporales y espaciales. Deja planteadas algunas preguntas críticas en torno a la producción del conocimiento sobre los medios de comunicación.

Palabras clave: medios de comunicación, investigación en medios de comunicación, producción de conocimiento, Colombia.

O artigo apresenta um panorama geral da pesquisa e do pensamento desenvolvidos sobre os meios de comunicação, em Colômbia, durante os anos do período 1980-2009. Resenha as principais tendências temáticas, teóricas e metodológicas dos trabalhos realizados nesse período, bem como descreve alguns aspectos de sua produção em termos temporais e espaciais. Formula algumas perguntas críticas no relativo à produção de conhecimento sobre os meios de comunicação.

Palavras chave: meios de comunicação, pesquisa sobre meios de comunicação, produção de conhecimento, Colômbia.

This article presents a general panorama of the research and reflection developed in Colombia during the years between 1980 and 2009 in regards to the media. It summarizes the principal thematic, theoretical, and methodological tendencies of this research, as well as some aspects of its spatial and temporal production. It leaves us with some critical questions in regards to the production of knowledge about the media.

Key words: media, media research, knowledge production, Colombia.

* Este artículo surge de la investigación “Estado del arte sobre la investigación en medios de comunicación en Colombia (1980-2005)”, financiada por Colciencias y la Universidad Central. Dicho trabajo buscó fundamentalmente hacer un balance de la producción de conocimiento sobre la prensa, la radio y la televisión en Colombia entre 1980 y 2005; poner en contexto sociohistórico dicha producción; y esbozar un mapa tanto de las perspectivas teóricas y metodológicas como de los temas priorizados por la academia. Para efectos de este artículo, la base documental se amplió hasta el año 2009. El equipo de trabajo estuvo conformado, además del autor de este documento, por Sonia Rojas y Victoria González como coinvestigadoras.

** Sociólogo. Magíster en Sociología de la Cultura de la Universidad Nacional. Doctorando del programa sobre la Sociedad de la Información y el Conocimiento de la Universidad Abierta de Cataluña. Docente e investigador del IESCO-Universidad Central, Bogotá (Colombia). E-mail: evalderramah@ucentral.edu.co

Muchas son las transformaciones que en materia comunicacional ha experimentado la sociedad en las últimas cuatro o cinco décadas. Transformaciones que han partido de, y en muchos casos han ampliado, las segmentaciones y desigualdades socioeconómicas, así como las brechas en el acceso al capital simbólico. Acceso que, a su vez, evidentemente, supera la dimensión puramente instrumental de la conectividad o del acceso técnico y alude directamente al sentido mismo de la construcción de un proyecto democrático.

Sin afirmar que dichas transformaciones comunicacionales pasan por una suerte de mediocentrismo, sí creemos que la mediatización de la sociedad es una dimensión clave de ellas. Y es clave porque, bien se trate de medios masivos de comunicación o bien de medios comunitarios, alternativos o escolares, cada vez más nuestra relación con el mundo que nos rodea está mediada por estas tecnologías. Como bien lo anotara Thompson (1998: 55-56), nuestra percepción “de que el mundo existe más allá de la esfera de nuestra experiencia personal” y el hecho de “experimentar acontecimientos, observar a los otros y, en general, aprender acerca de un mundo que se extiende más allá de la esfera de nuestros encuentros cotidianos”, dependen de nuestra “experiencia mediática”, la cual, junto con lo que denomina como “historicidad mediática”¹, definen una suerte de desanclaje de tiempos y espacios, ampliando y complejizando los horizontes de referencia para la comprensión del sí mismo.

De igual forma, los desarrollos tecnológicos, orientados fundamentalmente por las dinámicas del mercado, han permitido la emergencia de un fenómeno altamente significativo denominado escuetamente como “convergencia”. Fenómeno que no alude únicamente a la fusión y reconfiguración de las tecnologías de la comunicación y la información, sino también a la convergencia de múltiples dimensiones de las prácticas sociales: convergencia de lenguajes, convergencia de consumos, usos y apropiaciones, convergencia de géneros y formatos mediáticos y, por supuesto, convergencia de mercados y públicos.

En este sentido, Colombia no ha escapado a las dinámicas del desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación ni, en consecuencia, a los procesos generales y globales de transformación comunicacional. El Estado colombiano ha venido formulando y reformulando el sistema jurídico en materia de comunicaciones, creando una serie de organismos y desarrollando varias políticas y programas que han pretendido asegurar la incorporación, el control y las políticas relacionadas con las tecnologías de la información y la comunicación. Es así como la Constitución de 1991 dispone varios artículos (15, 20, 75, entre otros) sobre el derecho a la información y la comunicación, y decreta un buen número de leyes y decretos que disponen el nuevo sistema de televisión y regulan el funcionamiento de la radio comercial y comunitaria. En materia de organismos, en 1995, y en consonancia con el mandato de la Constitución

de 1991, se crea la Comisión Nacional de Televisión (CNTV) que es la entidad encargada de desarrollar y ejecutar los planes y programas del servicio público de televisión, orientar las políticas, regular el espectro electromagnético y garantizar los derechos de los televidentes, entre otros aspectos; y en 2000 se crea la Comisión de Regulación de las Telecomunicaciones, organismo encargado de controlar y regular todos los servicios del sector de las telecomunicaciones; además de lo anterior, se disponen una serie de acciones y se crean organismos para atender la incorporación de las tecnologías informáticas².

Es en dicho escenario de revalorización política de las tecnologías de la comunicación (además de la revalorización propiciada por el mercado), que los medios de comunicación se constituyen en actores fundamentales de la sociedad, no solo como instrumentos que facilitan el flujo de información a mayores velocidades y con grandes capacidades de almacenamiento, sino como productores de cultura y como punta de lanza de uno de los sectores en los cuales el neoliberalismo ha tenido su mayor desarrollo.

Dentro de este marco, entonces, la investigación de la cual se desprende el presente artículo, se propuso indagar por las temáticas, problemas y perspectivas teóricas y metodológicas que están en la base del conocimiento sobre los medios de comunicación en Colombia; por la relación que ha tenido este conocimiento con los procesos sociohistóricos, culturales y políticos del país en los últimos treinta años; y por su relación con las políticas

públicas en comunicación, educación y cultura. Allí entendimos que, tanto el estado del arte como los conocimientos de los que se ocupa, son construcciones históricas, es decir, son construcciones que se encuentran en contextos concretos, interdependientes, con condiciones de muy diverso orden y nivel, espaciotemporalmente organizadas e inscritas en universos simbólicos que actúan como legitimadores de dicho saber. De esta manera, un “estado del arte” es el análisis y la comprensión de los conocimientos construidos sobre un tema o un problema en particular, en un tiempo y en un lugar más o menos determinados, por unos actores sociales también más o menos identificados.

En las siguientes páginas vamos a presentar una descripción general del corpus analizado en el mencionado proyecto, y la síntesis de algunas de las conclusiones que arrojó la investigación.

LA ETAPA INICIAL

El panorama de la investigación en comunicación en Colombia para la época desde la cual comienza nuestro de estudio es el de una comunicación que, como práctica académica y como ejercicio profesional, se inscribe en la llamada “comunicación para el desarrollo”. Modelo de comunicación que apoyó y sirvió de punta de lanza para un fin clásico de las políticas públicas en la época: la modernización del país y, en especial, la modernización del campesinado, como años más tarde lo dijera Martín-Barbero (1997) en un estudio para Colciencias sobre la comunicación en Colombia.

En efecto, en un estado del arte sobre la investigación en comunicación en el país, realizado en 1980, Elizabeth Fox encontró que de las 431 investigaciones (entendiendo investigación en un sentido muy amplio y permisivo) 52% correspondía a tres entidades: ICA (Instituto Colombiano Agropecuario), ACPO (Acción Cultural Popular) y el Fondo de Capacitación Popular, entidades que tenían por misión la modernización del agro colombiano a través de la alfabetización del campesinado y de la modificación de las prácticas de producción agropecuaria. El resto de trabajos, 48%, estaba repartido entre las universidades nacionales³ y extranjeras. De este último porcentaje, 40% correspondía a tesis de grado.

Por otra parte, en cuanto a los temas se refiere, el diagnóstico se hace más significativo en tanto la investigadora encontró que fundamentalmente el conjunto de trabajos se reducía tres:

el estudio de los medios masivos, sus características, estructura, efectos y posibilidades de uso en programas de desarrollo; el análisis de las audiencias, sus características y potencial de respuesta y participación de programas de comunicación, y el estudio de los procesos de difusión, adopción y el papel de la comunicación en la modernización y el desarrollo rural (Fox, 1981: 146).

Lo primero que llama la atención es lo limitado y lo focalizado del campo, pues la autora citada no tuvo otra alternativa para organizar analíticamente la información que reducir únicamente a tres áreas temáticas el grupo de documentos sobre radio, televisión y medios

alternativos o participativos que recolectó para la fecha: comunicación en el área de la salud, en el área de la educación no formal y formal y en el desarrollo rural e institucional.

Un segundo aspecto de relevancia que menciona el estudio, es que la investigación fue principalmente aplicada, en tanto, dice, se centraba “en modelos de comunicación más bien verticales de transferencia de información”, con poca o ninguna participación de las comunidades, y eran “investigaciones que podemos llamarlas, más bien, de batalla, investigaciones que sirven para responder diariamente a decisiones que tiene que tomar la gente que está trabajando en los medios sobre sus audiencias, tipo de contenido y efectos” (Fox, 1981: 146).

Finalmente, otro dato aportado por Fox que consideramos significativo, se refiere a que la investigación desarrollada por ACPO, ICA y el Fondo de Capacitación Popular fue “producto de considerables donaciones de extranjeros en sus departamentos de comunicación”⁴, de manera que la investigación de estas entidades “se limita a campos definidos como el difusionismo, y la investigación de efectos y a la evaluación [sic] de los programas mismos de comunicación de las entidades” (Fox, 1981: 147).

En este sentido, y en eso el estudio de Fox es también claro en sus conclusiones, sin duda alguna en esta primera etapa (años setenta), el campo de la comunicación se conformó a partir de las políticas desarrollistas que ya desde la década del sesenta se venían implementando en el país, característica que se reafirma en otro balance reali-

zado por Patricia Anzola y Patricio Cooper en 1984, quienes afirman, refiriéndose al ICA, que

fundado en 1963, cuenta desde ese momento con un Departamento de Ciencias Sociales encargado de la investigación de apoyo a los programas de extensión: es el inicio de los estudios en comunicación para el desarrollo rural, y particularmente de la línea difusiónista apoyada por fundaciones y universidades de los Estados Unidos, que reflejan las políticas de ese país representadas en la Alianza para el Progreso (Anzola y Cooper, 1985: xvi).

Así pues, todo lo anterior, presentado de manera muy breve, se constituye en un punto de referencia con respecto del cual se pueden comprender las dinámicas y desarrollos posteriores de la investigación y la reflexión más específicas relacionadas con los medios de comunicación en Colombia, sobre las cuales pretendemos mostrar un panorama y presentar algunas reflexiones en las páginas subsiguientes.

DESCRIPCIÓN GENERAL

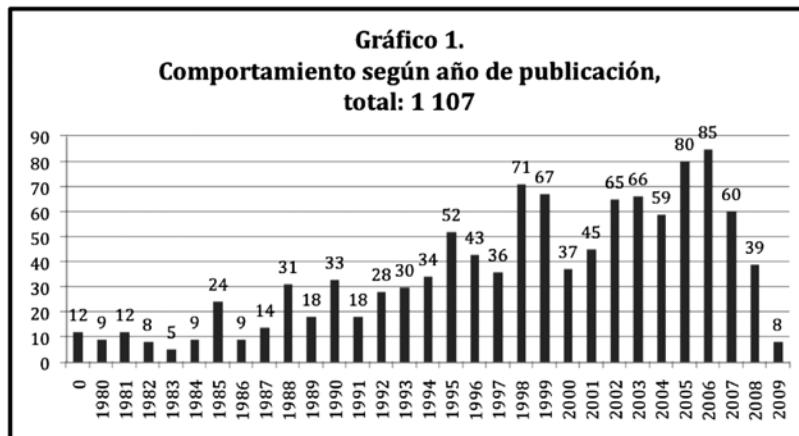
La recolección del material se realizó directamente en ocho ciudades (Barranquilla, Bogotá, Cali, Cartagena, Manizales, Medellín, Pereira y Tunja), en las cuales se consultaron bibliotecas, centros de investigación, centros de documentación de universidades, entidades estatales y organizaciones no gubernamentales, además de bases de datos y bibliotecas de carácter nacional como la Biblioteca Luis Ángel Arango, la Biblioteca Nacional y la Hemeroteca Nacional Carlos Lleras Restrepo. En la base de da-

tos se acopiaron 1.107 documentos entre investigaciones (141), artículos académicos (324), capítulos de libro (203), libros (204), tesis de maestría (77) y otros (158) –ponencias, informes de sistematización, multimedia, etc.⁵. Sin embargo, aunque sabemos que es una buena muestra y que la búsqueda fue exhaustiva, no creemos haber recopilado el universo completo y es perfectamente posible que se nos hayan escapado algunos trabajos importantes⁶. En este sentido, las estadísticas no deben considerarse más allá de su carácter indicativo de algunas de las tendencias que registramos.

Hecha esta aclaración, una primera constatación, que surge a partir del análisis de la distribución de la producción por años, es que efectivamente, desde el punto de vista del volumen, existe una consolidación de los estudios sobre medios de comunicación en el país. Si bien la tendencia no es muy clara y marcada, como quiera que vemos en algunos de los últimos años (2000 y 2001, especialmente) decrecimiento en la producción, sí podemos establecer que existe un punto de quiebre situado en 1995, año a

partir del cual siempre se supera el promedio que corresponde a la cota de 36,6 documentos por año hasta 2006⁷ (ver gráfico 1).

Esta consolidación de los estudios sobre los medios de comunicación, expresa y se corresponde con una suerte de procesos generales de conformación y desarrollo del campo de la comunicación. Por una parte, este hecho estaría relacionado con la institucionalización académica de la comunicación y de la investigación en el campo. Frente al hecho de que para comienzos de la década de los ochenta la gran mayoría de la investigación era realizada por el ICA, ACPO y el Fondo de Capacitación Popular, actualmente el escenario ha dado un vuelco significativo y aproximadamente el 50% de la producción (investigación o publicación) ha contado con la participación de las universidades, algunos colegios y de Afacom (Asociación Colombiana de Facultades y Programas de Comunicación) y Felafacs (Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social). El otro 50% se reparte entre instituciones del Estado (ministerios, secretarías de educación, Instituto para la Inves-



tigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico –IDEP–), organizaciones no gubernamentales (por ejemplo, Cinep, Convenio Andrés Bello, Fundación Restrepo Barco, Fescol, Corporación Región, Fundación Social, entre otras) y medios de comunicación privados. Vale la pena también mencionar que una parte de la producción de este segundo 50% se ha realizado en asocio con equipos de investigación universitarios.

En segundo lugar, el crecimiento de la investigación sobre medios estaría igualmente relacionado con la profesionalización del periodismo, la cual se desencadenó primero por la hoy derogada Ley 51 de 1975 que reglamentaba su ejercicio a través de la tarjeta profesional, y después –y como producto de ello– por la creación de innumerables facultades de comunicación. De ocho facultades que según Fox (1981) existían en Colombia al comenzar los años ochenta, hoy tenemos un número cercano a las 50^s.

Para años más recientes, el crecimiento de la producción de conocimiento sobre los medios también parece haber respondido a las políticas promulgadas desde Colciencias, especialmente en lo relacionado con las disposiciones sobre la constitución, formalización y regulación de grupos de investigación. Hoy existen 47 grupos inscritos bajo el área de comunicación en el sistema Scienti, lo cual resulta muy significativo como indicador de la constitución del campo de la comunicación, pues, por lo menos en número, compite con los 53 de sociología, 56 de ciencia política y 39 de antropología, teniendo en

cuenta además que estas últimas disciplinas cuentan con mayor trayectoria en tanto campos intelectuales y académicos.

Finalmente, y de manera quizá menos tangible, pero sin duda alguna evidente, la preocupación de la sociedad sobre el lugar preponderante que los medios de comunicación ocupan hoy en la vida cotidiana, ha estado detrás de la motivación por desarrollar reflexiones y producir conocimiento nuevo sobre ellos.

Ahora bien, otro aspecto que llama la atención de las características del corpus, se relaciona con la distribución de los documentos por ámbito mediático. Si obviamos un poco el ámbito que hemos denominado “mixto”, el cual reúne los documentos que involucran de manera simultánea los tres medios, bien se traten de manera general e indiferenciada, o bien de manera particular y diferenciada a tres o a dos de ellos, salta a la vista un significativo desbalance entre la producción relativa a la televisión y la producción en materia de prensa y radio. Los 92 trabajos sobre la radio, o los 128 sobre prensa, en los treinta años, no se comparan con los 378 realizados sobre la televisión (ver gráfico 2, página siguiente).

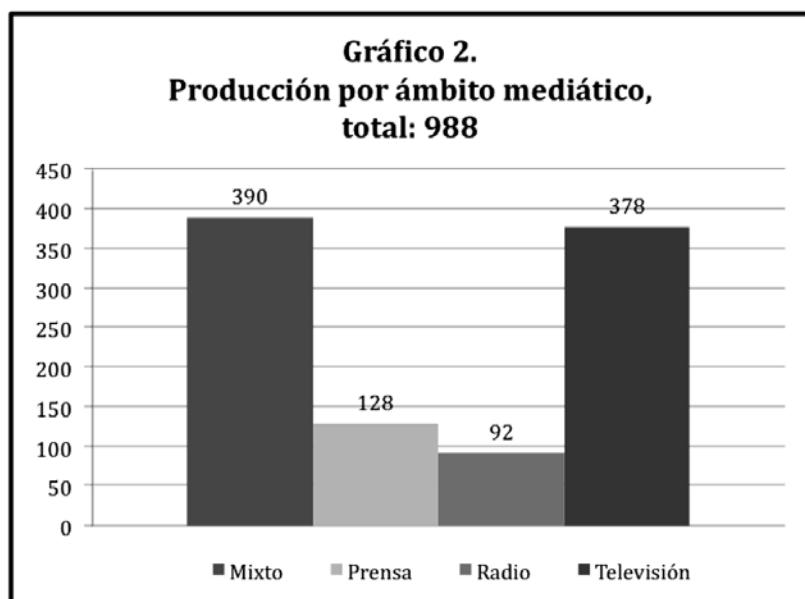
Y decimos que este desbalance es significativo, pues si, por ejemplo, comparamos algunos de los índices relacionados con los consumos culturales, notamos que si bien es cierto existen diferencias, estas no son tan marcadas –especialmente entre la radio y la televisión– como para que desde el punto de vista académico, la investigación, la reflexión y

la producción de conocimiento se encuentre tan desequilibrada⁹.

Por otra parte, la presencia histórica de cada uno de los medios ha sido igualmente significativa en los procesos de constitución de las culturas y de construcción de país: el papel, por ejemplo, de la radio y de la prensa en la primera mitad del siglo pasado en la conformación de una idea de nación fue definitivo¹⁰, así como en la formación y consolidación tanto de los partidos políticos como en la configuración de las representaciones e identificaciones partidistas. No olvidemos igualmente, el papel jugado por estos dos medios en las distintas dinámicas mediáticas que estuvieron en la base del proceso de la Violencia en Colombia.

Así mismo, la radio, y en menor medida la prensa, en sus versiones comunitarias, locales y regionales, han propiciado mayor apertura y participación local de los sectores populares, de manera que, desde el punto de vista de los usos y apropiaciones mediáticas relacionadas con la producción, la participación y la expresión, estos dos medios han estado muy cercanos a grandes sectores de la población.

En última instancia, lo que queremos afirmar es que, reconociendo por supuesto sus especificidades y reconociendo además cierta preeminencia de la televisión en términos del consumo, los tres medios juegan un papel igualmente importante desde el punto de vista sociocultural y sociopolítico y, en consecuencia, es legítimo plantearse la pregunta por lo que en principio podríamos denominar como el “va-



lor sociocultural" que los investigadores/as le otorgan a cada uno de los medios. ¿Cuáles son las razones por las cuales se privilegia la investigación y la reflexión académicas sobre la televisión por encima de la prensa, y muy por encima de la radio?

LA ESPACIALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Desde el punto de vista cuantitativo, también llama la atención del conjunto de documentos, lo atinente a los lugares de publicación e investigación. De esta variable, lo destacable es la excesiva concentración en la capital del país, tanto como lugar de publicación, como lugar en donde se realizan los trabajos investigativos.

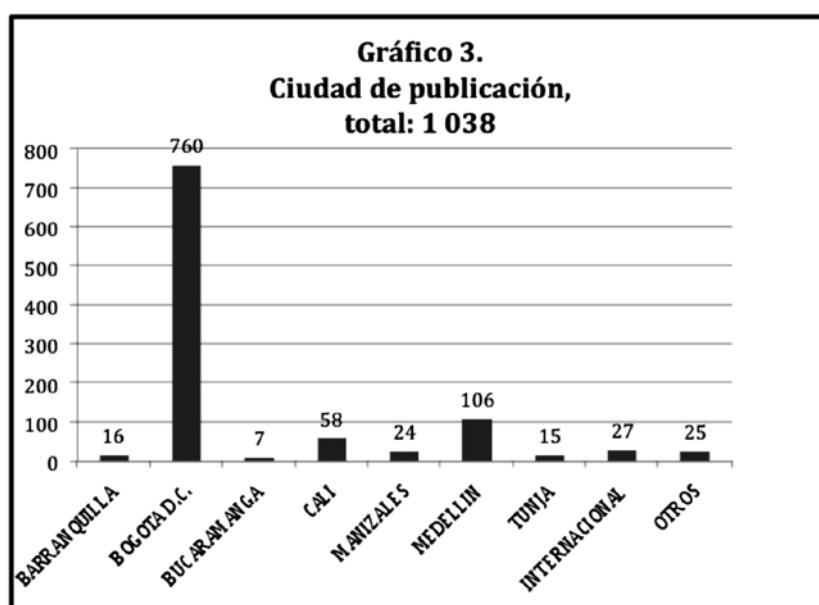
Como podemos observar en los dos gráficos anteriores, resulta particularmente excesivo el número de trabajos publicados que se concentran en Bogotá (760 de 1.038). En parte, esta situación se explica porque esta ciudad es la sede de una de las pocas revistas especializadas en

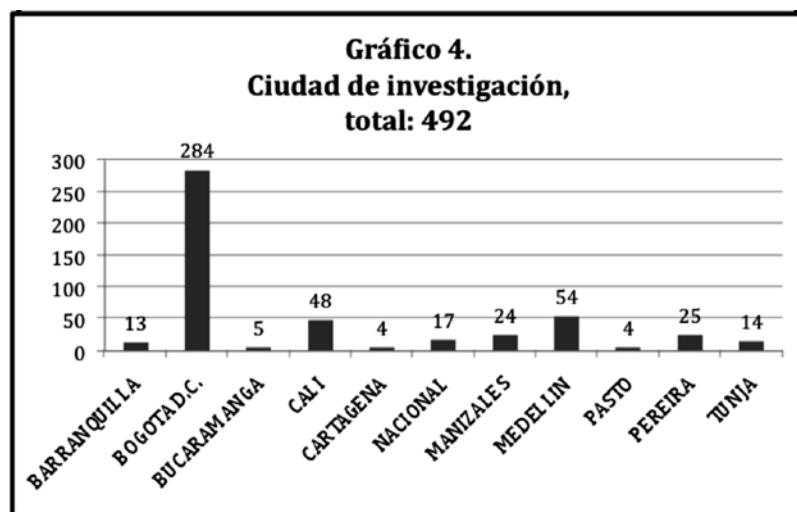
comunicación, con una muy larga tradición: la revista *Signo y Pensamiento* de la Pontificia Universidad Javeriana, la cual, junto con otras revistas universitarias de la capital, atraen la atención de docentes e investigadores de provincia que buscan publicar sus trabajos allí. También el fenómeno se explica

porque algunas de las organizaciones no gubernamentales que patrocinan ciertas investigaciones y su correspondiente publicación se concentran en la capital del país. De paso, esta última circunstancia, junto con el hecho de que en Bogotá se concentra el mayor número de facultades de comunicación social y periodismo, explica también que de 492 documentos que explicitan ser productos de investigación, 284 sean de esta ciudad. Como lo veremos a continuación, este es un factor que de alguna manera determina también el descuido de la academia por ciertos temas, especialmente la investigación histórica y el estudio de la recepción y el consumo de los medios regionales y locales.

MAPA TEMÁTICO

Pasemos ahora a la distribución del corpus según ejes temáticos privilegiados. Al comenzar la década de los ochenta en el panorama de la





investigación en comunicación en Colombia predominaban tres grandes temas: el estudio de los medios masivos según su uso en programas de desarrollo, el análisis de las audiencias y la participación en programas de comunicación y el estudio de los procesos de difusión para la modernización y el desarrollo rural (Fox, 1981). Lo que podemos constatar hoy es una mayor diversificación de los temas abordados en la investigación en medios, que seguramente se corresponderá con también una mayor diversificación en la investigación en el campo de la comunicación en general, aspecto sobre el cual el presente estado del arte no puede dar cuenta.

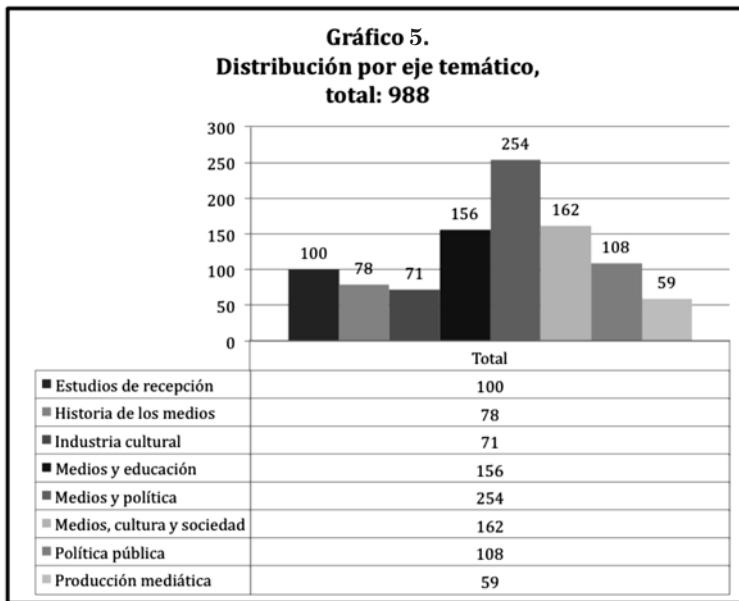
Una primera clasificación del corpus desde los temas priorizados nos permitió identificar ocho grandes ejes temáticos que el material mismo nos fue sugiriendo¹¹, ilustrados en el gráfico 5.

Otra manera de aproximarnos a los temas abordados es a través de las palabras clave. Las que presentan una mayor frecuencia son educación, periodismo, política, cultu-

ra, legislación, infancia, juventud, consumo. Mientras tanto, las que menor frecuencia presentan (con menos de diez documentos asociados) son televisión regional, indígenas, mujer, salud, espacio público. Y con menos de cinco frecuencias, medios regionales, movimientos sociales, sindicalismo, sociedad de la información, narcotráfico, deporte, inclusión, marginalidad, entre otras. De lo anterior, vale la pena destacar que estas últimas justamente

designan o aluden a problemáticas sensibles de la realidad cotidiana de nuestro país, de manera que causa extrañeza el hecho de que existan muy pocos estudios y reflexiones que relacionen los medios de comunicación con ellas. Sabemos que muchos de estos problemas son sensibles (paramilitarismo, procesos de paz, narcotráfico, entre otros), y que en determinado momento pudieron causar un cierto temor o, por lo menos, cierta evasión en relación con ser confrontados académicamente, pero es un hecho que están presentes en la realidad mediática del país y que nuestras representaciones y nuestras acciones y posiciones políticas y éticas ante ellos pasan necesariamente por la mediación de los medios, entre otras mediaciones, por supuesto.

Es claro que no podemos agotar aquí el análisis de todos los ejes temáticos, y por ahora, sólo abordaremos el eje de *medios y política* en tanto registramos el hecho de que sin duda alguna es el que más ha



concitado la atención de investigadores y académicos, sobre pasando en casi cien documentos a los ejes de *medios y educación y medios, cultura y sociedad*. También analizaremos brevemente el eje de *medios y educación* dada su continuidad, y los ejes *historia de los medios y medios e industrias culturales*, en tanto preocupa la relativa escasez de la producción relacionada con estos dos asuntos que consideramos claves.

Ahora bien, la preferencia por la dimensión política en buena medida es explicable en tanto Colombia atraviesa por una situación de violencia política prácticamente crónica, y porque las contiendas políticas se inscriben en el marco de una serie de tensiones que le añaden una variedad de ingredientes que las complejizan. En efecto, además de la tensión originada por las múltiples violencias se suman las fuertes disputas que emergen entre un proyecto democratizador a gran escala como potencialmente puede serlo la Constitución de 1991, y las fuerzas más retardatarias que a toda costa quieren volver por los autoritarismos, las estrecheces y vicios clientelares de la Constitución de 1886. A ello habría que adicionarle la intervención del narcotráfico en materia política y las relaciones internacionales cada vez más dependientes de los intereses de la política y el mercado transnacionales.

Creemos que para el caso de la política en particular, en el conjunto de trabajos se encuentra un excelente acumulado, que ha permitido profundizar en una serie de tópicos claves como el deber ser de los medios en relación con la política, el papel

que los medios juegan en la formación de la opinión pública, su rol en la construcción de la democracia, el papel del Estado en la regulación política de los medios, la actuación y las responsabilidades que tienen estos en los procesos electorales, el tratamiento noticioso, las representaciones y los imaginarios sociopolíticos de los medios, el tratamiento (noticioso y del lenguaje) frente al conflicto armado, etc¹².

Sin embargo, quisiéramos plantear algunas preguntas sobre la compleja relación entre medios y política, pues consideramos que aún está pendiente su abordaje: ¿qué papel están desempeñando realmente los medios en un escenario en el cual cada vez es más débil, o por lo menos más cuestionado, el lugar de los partidos políticos? ¿Cómo se están relacionando con las instituciones tradicionales del ejercicio político, y qué cabida tienen actores, reivindicaciones y prácticas políticas que no pasan necesariamente por dichas instancias? Es claro que muchos sectores de la llamada *sociedad civil* en las últimas décadas, han estado construyendo múltiples espacios en los cuales desarrollan prácticas políticas alternativas y de resistencia a la política tradicional, que ha habido un florecimiento de movimientos sociales y acciones colectivas que han politizado enhorabuena ciertas reivindicaciones identitarias y que, en general, como afirma Escobar (1999: 135), podemos constatar la existencia cada vez más significativa de procesos en los cuales lo cultural deviene en hechos políticos. Es más, en general, la acción colectiva en Colombia ha sido muy dinámica, especialmente desde

la década de los setenta, como bien lo han descrito y analizado trabajos como los de Santana (1989) y Archila (2001 y 2003). En este sentido, entonces, ¿qué papel político están jugando los llamados medios alternativos? ¿Qué lugar ocupan los medios en los “tiempos de globalización” en términos de la acción política local? Y en un espectro más amplio, dentro del cual las anteriores preguntas cobran un mejor sentido, ¿cuál o cuáles son las dinámicas comunicacionales que estas nuevas realidades políticas están generando y cómo están contribuyendo a los procesos y a las búsquedas de democratización de nuestra sociedad? De ahí que, para nosotros, un hecho llamativo sea que dentro de la información recolectada exista muy poca investigación (dos o tres trabajos a lo sumo) sobre la relación entre los medios y los movimientos sociales.

Con respecto de la relación entre medios y educación, es claro que siempre ha suscitado interés. Esto se debe, en parte, a la larga tradición de trabajos sobre la llamada comunicación educativa, así como por el hecho mismo de que tanto la radio como la televisión, históricamente han jugado un papel importante en la educación de un sector de la población colombiana, entiéndendolos las más de las veces como los instrumentos más eficaces para la alfabetización y la capacitación de adultos. Recordemos lo que significó Radio Sutatenza como modelo en América Latina en materia de comunicación educativa; así como el interés educativo y cultural con el cual se agenció desde el Estado la incorporación de la televisión pública en el país, lo cual sin duda alguna

marcó en mucho el desarrollo tanto del medio como de las investigaciones, reflexiones y controversias (Rey, 2002); y, finalmente, como lo anotamos anteriormente, no perdamos de vista que muchos de los trabajos de investigación en comunicación en las décadas de los sesenta y setenta estuvieron orientados a la comunicación para el desarrollo.

Desde luego, hoy los propósitos y los intereses han cambiado. Lo que hemos encontrado en nuestra investigación es que el grueso de los trabajos y las reflexiones se orientan a potenciar las instituciones y los procesos pedagógicos en el aula, a la alfabetización audiovisual, a la educación de las audiencias –especialmente juveniles e infantiles–, y a comprender dinámicas y diseñar propuestas en torno a los llamados medios escolares (prensa y radio).

De este tema nos llama la atención y resaltamos como muy positivo, el hecho de que muchos maestros/as de instituciones educativas de nivel primario y secundario, estén realizando investigaciones y reflexiones sobre los medios de comunicación y su relación con la educación. Ya el asunto no es dominio exclusivo de comunicadores u otros profesionales de las ciencias sociales y humanas; ello ha tenido mucho que ver, para el caso de Bogotá, por lo menos, con la labor que ha venido cumpliendo el Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico (IDEP), que adelanta un programa desde hace varios años en comunicación educativa y ha incentivado la investigación desde las instituciones escolares.

No podemos cerrar este apartado sin mencionar los temas de la historia de los medios y las industrias culturales. Con respecto del primero, los resultados del trabajo nos muestran un panorama preocupante, pues el análisis del material empírico nos señala que no ha habido una preocupación seria por abordar de manera sistemática la relación entre historia y medios de comunicación: ni como historia de los medios, ni los medios como fuente de información histórica. Como proceso histórico de larga duración, el conocimiento producido sobre la historia de los medios no permite comprender el papel y la dimensión comunicativa mediática del proceso de constitución de la modernidad en Colombia, es decir, por ahora tenemos grandes vacíos –temáticos, espaciales y temporales– sobre los modos específicos y particulares como se configuró la modernidad en nuestro país en términos de la dimensión comunicativa en general, y la mediática en particular.

Muy pocos han sido los trabajos que han dado cuenta o que aportan algunos elementos para reconstruir, por ejemplo, el proceso de conformación de la cultura de masas, de la constitución de los públicos y de su diversidad en tanto audiencias a lo largo de los diferentes momentos de la historia. Mencionamos como excepción, algunos de los trabajos realizados en la década de los ochenta por el Cinep y la Universidad del Valle¹³, pero grandes vacíos pueblan el conocimiento sobre lo acontecido en las décadas de los cincuenta, sesenta y setenta en materia de, por mencionar un solo ejemplo, la configuración de los imaginarios mediáticos en torno a las forma-

ciones urbanas, la industrialización y otros procesos modernizadores. No tenemos por ahora suficientes elementos para comprender cómo ha sido el proceso –en el mediano plazo– del mestizaje cultural hecho de lo culto, lo popular y lo masivo, en tanto tendencia general de la cultura latinoamericana, de la cual nos habló ya hace un tiempo Néstor García Canclini. En esa misma medida, la historia de los medios hasta ahora producida no nos permite saber cómo se han ido transformando los gustos y los consumos, las prácticas comunicativas mediáticas locales como resultado de la interacción entre prácticas populares y tradicionales, y la dinámica propuesta a través de los esquemas mediáticos de la prensa, la radio y la televisión.

El conocimiento sobre la historia de los medios regionales, además de escaso y con serias deficiencias en tanto saber histórico o de diseño metodológico, no ha pasado del recuento cronológico y anecdotico de la gesta de unos “héroes” que lideraron periódicos y radios en la provincia. En este sentido, frente a la desarticulación regional y el consuetudinario centralismo, este conocimiento, salvo contadas excepciones, realmente no ha dado cuenta sistemática, rigurosa y comprensiva del papel que estos medios han jugado en la configuración y reconfiguración de lo regional y lo local.

Con respecto de las industrias culturales, si bien se destaca la diversidad de enfoques asumidos (desde los estudios culturales, desde la teoría crítica y desde la perspectiva economicista) y el abordaje de algunos temas claves como el con-

sumo cultural –especialmente de los jóvenes–, la industria mediática en relación con algunos formatos –especialmente el de la telenovela–, o el tema de la concentración económica¹⁴, aún falta dar cuenta de la manera en que los procesos de globalización económica han impactado la industria mediática en Colombia y de cómo ello ha afectado sobre todo a los pequeños periódicos y radios de provincia. En general, son muy pocas las investigaciones sistemáticas al respecto y prima más bien el análisis especulativo que, si bien es muy importante, no da cuenta en profundidad de las complejas dinámicas socioeconómicas que circulan alrededor de los medios de comunicación considerados como industria.

A MANERA DE CIERRE

Recordemos que en la década de los ochenta, la tendencia general de la investigación en el campo de la comunicación, en términos de perspectiva, fue la denominada “comunicación para el desarrollo”, al igual que un cierto tipo de investigación más bien instrumental, práctica, para la toma de decisiones relacionadas con las políticas desarrollistas y modernizadoras del Estado colombiano (Fox, 1981). Hoy, por el contrario, y a tono con la diversidad de temas tratados, encontramos para la investigación en medios masivos de comunicación una relativa mayor diversidad de enfoques. Junto con investigaciones con claras perspectivas instrumentales y fundamentadas conceptualmente en la teoría de los efectos de los medios¹⁵, ancladas además en la polaridad de apocalípticos e integrados (Eco, 2006) y con

una visión informacionista y difusionista de la comunicación, pasando también por investigaciones de corte puramente cuantitativo, especialmente desarrolladas por algunos observatorios de medios que sistemáticamente llevan a cabo mediciones de diverso orden, confluye otra gran perspectiva configurada por la corriente de los estudios culturales. La incorporación de la cultura como horizonte clave de la investigación en medios de comunicación, bajo el liderazgo, sin duda, de los trabajos de Jesús Martín-Barbero, Germán Rey, Jorge Iván Bonilla, Omar Rincón y otros, arrastró e influyó en un buen número de investigaciones y reflexiones sobre los medios, especialmente en los estudios sobre la televisión y algunos pocos sobre radio, y cruza prácticamente los ocho ejes temáticos de manera más o menos clara.

Si tomamos el conjunto de investigaciones y reflexiones sobre los medios a partir de los años noventa, desde el punto de vista epistemológico podemos constatar, primero, un rompimiento generalizado con la idea de *causalidad* en la relación medios y audiencia; segundo, una relativa superación del mediocentrismo y la idea de *sujeto pasivo* plegado a los efectos de los medios; y tercero, un progresivo acercamiento a la interdisciplinariedad y la transdisciplinariedad.

Ahora bien, así como en su momento –segunda mitad de la década de los ochenta, aproximadamente– se introdujo en la investigación sobre los medios el problema de la cultura por parte de los estudios culturales, hoy se extrañan estudios que incorporen de manera decidida

la dimensión tecnológica. No queremos decir con esto que no existan documentos e investigaciones en los cuales la tecnología no haya sido parte de los análisis u objeto de reflexión, pues, por dar un ejemplo, en el eje de la historia de los medios encontramos trabajos sobre cómo se introdujeron ciertas tecnologías en la producción impresa, radiofónica o televisiva, o en el eje de medios y educación algunas reflexiones sobre el lugar de las llamadas “nuevas tecnologías” en los procesos educativos¹⁶. Lo que queremos decir es que no ha sido una constante y que cuando esta dimensión se ha abordado, ha sido más bien tratada, con pocas excepciones, desde las anécdotas que generaron o que se sucedieron alrededor de la incorporación de un conjunto de artefactos en las rutinas de producción mediática, y no precisamente como una dimensión constitutiva de lo social y de lo político, o en el sentido de que sus usos y apropiaciones están estrechamente relacionados con las prácticas culturales. La convergencia tecnológica jalonada desde el mercado y desde las políticas neoliberales, significa también convergencias en los modos de consumo, usos y apropiaciones de las tecnologías de la información y la comunicación. Son muy pocos los trabajos que valoran adecuadamente esta dimensión, y muy pocos los que han trabajado bajo perspectivas como los estudios de ciencia, tecnología y sociedad, o desde la relación tecnología-cultura, por mencionar dos perspectivas que pudieran enriquecer el debate.

Un aspecto realmente preocupante es el excesivo centralismo

en cuanto a los lugares de publicación e investigación, así como el hecho correlacionado de la falta de investigación y reflexión sobre los medios regionales y locales. Lo que esta situación está expresando, es que no conocemos cómo, desde la comunicación mediática, se ha venido constituyendo la modernidad en la provincia, ni cómo se ha venido dando el diálogo cultural entre lo local y lo nacional, y entre lo local y lo global, en el escenario de la sociedad de la información. Recordemos que son muy pocos los trabajos sobre la prensa, la radio y las televisiones regionales, muy escaso y con serias deficiencias el conocimiento histórico sobre los medios de comunicación locales. Es evidente en el fondo de todo lo anterior, que desde la investigación en medios –y guardamos la esperanza que no sea así desde el campo de la comunicación en general– estamos pensando un país desde el centro, desde una cen-

tralización que no pareciera verse afectada ni con la apuesta que hizo el país a la descentralización desde mediados de los años ochenta y con la Constitución de 1991, ni con el hecho histórico de que los medios de comunicación regionales han tenido un papel muy importante en la construcción de los tejidos sociales y en la manera como la provincia se ha relacionado con la nación. Quizá con ello, estamos perdiendo de vista prácticas sociales localizadas que eventualmente serían muy valiosas para comprender ciertas problemáticas comunicativas que trascienden la comunicación mediática masiva y que hoy resultan claves para seguir afrontando las distintas iniquidades.

Pese a todo, y pese también a la existencia de un buen número de trabajos muy poco rigurosos, de alguna manera es reconfortante saber que hoy en Colombia existe un campo de conocimiento, una consolidación de los estudios sobre

medios –y, por supuesto, de estudios sobre la comunicación–, que en principio nada tiene que envidiarle a disciplinas de las ciencias sociales y humanas de mayor tradición. Pero esta satisfacción no es precisamente por el afán académico de querer ver posicionada un área del conocimiento o entrar en la batalla de las disciplinas, sino porque esta conformación está mostrando que hoy la comunicación en general, y la comunicación mediática en particular, se torna más visible no solo dentro de la academia sino en todo el espectro de la sociedad, y a su vez, se le valora como un aspecto fundamental de lo que llamamos “lo social”. Como lo hemos podido mostrar en las páginas precedentes, la comunicación y los medios han comenzado a pensarse más allá de su dimensión puramente instrumental –aunque aún existan muchas investigaciones de este tipo–, y se han abierto caminos con abordajes más integrales y críticos.



NOTAS

¹ Se refiere al hecho de que “nuestra percepción del pasado, y nuestra percepción de las maneras en que el pasado afecta nuestra vida actual, depende cada vez más de una creciente reserva de formas simbólicas mediáticas” (Thompson, 1998: 56).

² Ver, por ejemplo, el documento CONPES (Consejo Nacional de Política Económica y Social) 3072 del 9 de febrero, en donde se formula la política en materia de Internet, denominada Agenda de Conectividad, la cual pretende masificar el uso de las TIC (esta

vez entendidas por dicha política fundamentalmente en relación con el uso de dispositivos informáticos e Internet), fundamentalmente a través de dos programas de carácter nacional (Compartel y Computadores para Educar), así como a través de varias estrategias de gobierno en

línea y de muchos otros programas de carácter local desarrollados por las alcaldías de las principales ciudades del país.

3 Para la época existían apenas ocho facultades de comunicación en el país.

4 E incluso, como parte de la donación, estaba la presencia de investigadores extranjeros directamente vinculados al trabajo de campo.

5 Con respecto de la selección del material, se incluyeron informes de investigación (publicados o inéditos); documentos de procesos de sistematización de experiencias; documentos de reflexiones sistemáticas publicados como libros, capítulos de libro o artículos en revistas académicas o en memorias de foros y encuentros; y tesis de posgrado en los niveles de maestría y doctorado. No se incluyeron documentos de carácter pedagógico (cartillas, guías, etc.), documentos informativos (noticias de prensa, de farándula, etc.) y documentos de política pública. Con respecto de estos últimos es necesario hacer la aclaración que si bien no se tomaron como parte del corpus analizado, si se recopilaron y se trabajaron en términos del contexto que ayudó a configurar el marco interpretativo. Una situación particularmente engorrosa fue la selección de documentos sobre el periodismo, pues en la medida en que nuestro trabajo no tenía como propósito hacer una sociología de la profesión periodística, pero al mismo tiempo muchos de estos trabajos inevitablemente abordaban en mayor o menor medida el estudio o la reflexión sobre los medios, optamos por incorporar a nuestra base de datos únicamente aquellos documentos que abordaran de

manera significativa los medios de comunicación en sus reflexiones.

6 Es el caso de la Fundación Social en Bogotá y de la Universidad del Valle en Cali, entidades en las cuales, lastimosamente, por encontrarse en remodelación y traslado de sede, no pudimos consultar adecuadamente sus respectivos archivos.

7 Para efectos de este cálculo, y de algunos posteriores, hemos hecho una depuración de los datos y redujimos la muestra hasta el año 2006, pues consideramos que existe una distorsión entre 2007 y 2009 que se debe a limitantes en nuestro cubrimiento de las fuentes de recolección, y a que 2009 estaba en curso durante el proceso de toma de información. Hemos también eliminado para el análisis los documentos que no poseen fecha de publicación.

8 En Afacom se encuentran inscritas para el período 2008-2010 cuarenta y nueve facultades de comunicación, algunas de las cuales poseen más de un programa en el área.

9 Según la encuesta de consumo cultural de 2008, 81,43% de las personas mayores de doce años en cabeceras municipales ven televisión todos los días, 62,29 escuchan radio también a diario y 22,46 leen prensa todas las semanas (DANE, 2009). Datos similares arroja el Estudio General de Medios del primer semestre de 2008: 94,4% de espectadores/día de televisión, 74,7% de oyentes/día para radio y 30,8% de lectores/día para prensa (ACIM, Estudio General de Medios 1, 2008. Tomado de CNTV, 2009).

10 Algunos de los pocos trabajos que se han ocupado del tema de la prensa, sobre todo de sus inicios,

han sido los de Silva (1998), Vera (2001), Castaño (2002) y, para la prensa regional, los de Conde y Alarcón (2005) y Acebedo (2008) sobre la prensa regional en el Huila en las dos primeras décadas del siglo XX. Para la radio, el de Pareja (1984) y el de Castellanos (2001).

11 Es importante anotar que muchos materiales perfectamente podrían haber sido clasificados en dos o más ejes temáticos. Su inclusión en uno u otro obedeció al tema que se consideró más privilegiado por el texto mismo.

12 A manera de ejemplo, y sin pretender agotar el largo listado de trabajos significativos, remitimos al lector/a a Cadavid (1988); Restrepo (1990); Morales (1990); Uribe (1991); Bonilla (1995 y 2003); Daza *et al.* (1998); Bonilla y García (1998); Rey (1996 y 1998); Narváez (1999); Barón y Valencia (2001); Pereira (2001); Rey y Bonilla (2003); Ramírez (1998 y 2004); Pinilla y Robayo (2003); Ayala, Hurtado y Duque (2006); Tamayo (2008); Rodríguez (2008); y Pérez y Rojas (2009).

13 Montoya y Medina (1989), Rodríguez (1989) y Martín-Barbero y Muñoz (1992).

14 Ver para todos estos temas y enfoques, entre otros, los trabajos de Herrán (1991), Lalinde (1994), Rey (1996b), Benavides (1999), Quintero (2002) y Narváez (1998 y 2000).

15 Aunque, paradójicamente, desde el punto de vista metodológico, pocos o tal vez ninguno constituye un estudio experimental o semieperimental.

16 Ver, por ejemplo, los trabajos de Rodríguez, Rodríguez y Sevilla (2006) y de Hernández *et al.* (2003).





REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ACEBEDO, Juan Carlos, 2008, *El apetito de la injuria. Libelo, censura eclesiástica y argumentación en la prensa del Huila (195-1922)*, Neiva, Universidad Surcolombiana.
- ANZOLA, Patricia y Patricio Cooper, 1985, *La investigación en comunicación social en Colombia*, Lima, Desco/Acics.
- ARCHILA, Mauricio, 2001, *Movimientos sociales, Estado y democracia en Colombia*, Bogotá, Universidad Nacional de Colombia.
- _____, 2003, *Idas y venidas, vueltas y revueltas: protestas sociales en Colombia, 1958-1990*, Bogotá, Icanh/Centro de Investigación y Educación Popular.
- AYALA, G.; G. Hurtado; y O. Duque, 2006, *De la democracia radical al unanimitismo ideológico*, Cali, Universidad Autónoma de Occidente.
- BARÓN, Luis Fernando y Mónica Valencia, 2001, “Medios, audiencias y conflicto armado. Representaciones sociales en comunidades de interpretación y medios informativos”, en: *Controversia*, No. 178, Bogotá, Cinep.
- BENAVIDES, Julio, 1999, “Eso ya se sabe... es suficiente para hablar de consumo de medios”, en: Marisol Moreno y Esmeralda Villegas (eds.), *Relaciones, aproximaciones y nuevos retos. Comunicación, educación y cultura*, Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana.
- BONILLA, Jorge Iván, 1995, *Violencia, medios y comunicación. Otras pistas en la investigación*, México, Trillas.
- _____, 2003, *Calidad informativa y cubrimiento del conflicto*, Bogotá, Cerec.
- BONILLA, Jorge Iván y María Eugenia García, 1998, *Los discursos del conflicto. Espacio público, paros cívicos y prensa en Colombia*, Bogotá, Universidad Javeriana.
- CADAVID, Amparo, 1988, *Colombia, conflicto social y violencia: el papel de los medios de comunicación*, informe de investigación, Bogotá, Cinep.
- CASTAÑO, Luis, 2002, *La prensa y el periodismo en Colombia hasta 1888: una visión liberal y romántica de la comunicación*, Medellín, Academia Antioqueña de Historia.
- CASTELLANOS, Nelson, 2001, “La radio colombiana, una historia de amor y olvido”, en: *Signo y Pensamiento*, Vol. 20, No. 39, Pontificia Universidad Javeriana, pp. 15-23.
- COLOMBIA, 1997, *Constitución Política*, Bogotá, Legis.
- CONDE, J. y L. Alarcón, 2005, “Opinión pública y lectura en el Caribe colombiano durante el siglo XIX”, en: *Pensar el Caribe I*, Barranquilla, Universidad del Atlántico, pp. 9-28.
- CNTV, 2008, “Módulo de televisión. Estudio general de medios. Primera ola 2008 (I-2008)”, consultado en abril de 2009, disponible en: http://www.cntv.org.co/cntv_bop/estudios/egm_2008.pdf.
- DANE, 2009, “Encuesta de consumo cultural 2008. Informe de resultados”, consultado el 2 de abril, disponible en: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/eccultural/InfoResul-TECC_0309.pdf.
- DAZA, Gladys et ál., 1998, *¿Participación social en los medios masivos?: canales regionales y sociedades urbanas*, Medellín, Fundación Konrad Adenauer/Universidad Pontificia Bolivariana.
- DOMÍNGUEZ, María J., 1985, *Los niños y los medios de comunicación social*, Bogotá, Icfes/Universidad Industrial de Santander.
- ECO, Umberto, 2006, *Apocalípticos e integrados*, Barcelona, Tusquets.
- ESCOBAR, A., 1999, *El final del salvaje. Naturaleza, cultura y política en la antropología contemporánea*, Bogotá, Icanh/Cerec.
- FLÓREZ, Pamela, 1998, “Televisión Comunitaria: vía de acceso al saber”, en: *Televisión comunitaria: opción educadora*, Bogotá, Comisión Nacional de Televisión/Embajada de Chile/Convenio Andrés Bello/Fundación Antonio Restrepo Barco/Fundación Social, pp. 37-47.
- FOX, Elizabeth, 1981, “Estado y perspectivas de la investigación en comunicación en Colombia”, en: *Memorias de la semana internacional de la comunicación. 18 a 22 de agosto de 1980*, Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana.
- HERNÁNDEZ, José M. et ál., 2003, *Escuela, medios y nuevas tecnologías: una caracterización de las prácticas en Bogotá*, Bogotá, Programa de Fortalecimiento de la Capacidad Científica en la Educación Básica y Media - (RED)/Instituto de Estudios en Comunicación y Cultura (IECO) - Universidad Nacional de Colombia.
- HERRÁN, María T., 1991, *La industria de los medios de comunicación en Colombia*, Bogotá, Fescol.

LALINDE, Ana María, 1994, "Radios juveniles: de los pepos rockeros a la música chévere", en: *La investigación en la Universidad Javeriana. III Congreso*, Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana.

MARTÍN-BARBERO, Jesús y Sonia Muñoz, 1992, *Televisión y melodrama: géneros y lecturas de la telenovela en Colombia*, Bogotá, Tercer Mundo.

_____, 1997, "La investigación de comunicación en Colombia: balance y prospectiva", Bogotá, Colciencias, documento impreso.

MARTÍN-BARBERO, Jesús y Germán Rey, 1999, *Los ejercicios del ver. Hege monía audiovisual y ficción televisiva*, Barcelona, Gedisa.

MONTOYA, Martha y Federico Medina, 1986, *La telenovela. El milagro del amor*, Medellín, Universidad Pontificia Bolivariana.

MORALES, Antonio, 1990, "¿Cómo hacen la política los medios y cómo se comunica la política?", en: *Impacto de los medios de comunicación en Colombia*, Bogotá, Fundación Konrad Adenauer.

NARVÁEZ, Ancízar, 1998, "De lo imaginario a lo real. Industria cultural en Manizales", en: *Escribanía*, N° 1, Manizales, Universidad de Manizales, pp. 49-59.

_____, 1999, "Participación, comunicación y política. ¿De las mediaciones a los medios?", en: Jorge Iván Bonilla y Gustavo Patiño (eds.), *Comunicación y política: viejos conflictos, nuevos desafíos*, Bogotá, Centro Editorial Javeriano.

_____, 1998, "Industria cultural, empleo y región", en: *Escribanía*, No. 4, Manizales, Universidad de Manizales, pp. 31-51.

PEREIRA, José Miguel, 2001, "Comunicación y ciudadanía. Apuntes para comprender las radios y televisiones comunitarias", en: *Signo y Pensamiento*, No. 38, Bogotá, Universidad Javeriana.

PÉREZ, Irma y Hernando Rojas, 2009, *Medios de comunicación y participación cívica*, Bogotá, Universidad Externado de Colombia.

PINILLA, Alexis y Edgar Robayo, 2003, "Medios de comunicación y nación: apuntes para una lectura de fragmentos en la globalización", en: *Escribanía*, No. 11, Manizales, Universidad de Manizales, pp. 33-41.

QUINTERO, Fernando, 2002, "Condición juvenil y medios de comunicación", en: *Nove y Vetera*, No. 46, Bogotá, Escuela Superior de Administración Pública, pp. 47-59.

RAMÍREZ, Juana, 1998, "Derecho a la información y elecciones presidenciales en Manizales 1998", en: *Escribanía*, No. 1, Manizales, Universidad de Manizales, pp. 17-29.

_____, 2004, "La mediación de los medios y el bloqueo de la democracia en Colombia", en: *Escribanía*, No. 13, Manizales, Universidad de Manizales, pp. 13-23.

RESTREPO, Javier Darío, 1990, "Los medios de comunicación en Colombia", en: *Impacto de los medios de comunicación en Colombia*, Bogotá, Fundación Konrad Adenauer.

REY, Germán, 1996a, "Los enfrentamientos sin gestos", en: *Signo y Pensamiento*, No. 29, Bogotá, Universidad Javeriana, pp. 11-22.

_____, 1996b, "Los medios de comunicación. La reorganización de los medios", en: Luis Moreno (dir.), *Síntesis: anuario social, político y económico de Colombia*, Bogotá, Iepri/Fundación Social/Tercer Mundo, pp. 56-60.

_____, 1998, *Balsas y medusas. Visibilidad comunicativa y narrativas políticas*, Bogotá, Fescol/Fundación Social/Cerec.

_____, 2002, "La televisión en Colombia", en: Guillermo Orozco, *Historias de la televisión en América Latina*, Barcelona, Gedisa.

REY, Germán y Jorge Iván Bonilla, 2003, "Calidad informativa y cubrimiento del

conflicto", en: C. Tamayo y M. Ruiz (coords.), *Calidad informativa y cubrimiento del conflicto: estándares de calidad periodística en el cubrimiento del conflicto armado en Colombia*, Bogotá, Cerec.

RINCÓN, Omar et al. 2002, "La televisión que ven los niños", en: *Televisión infantil: voces de los niños y de la industria televisiva*, Bogotá, Convenio Andrés Bello/Fundación Restrepo Barco, pp. 107-142.

RODRÍGUEZ, A.; R. Rodríguez; y M. Sevilla, 2006, "La domesticación de la pantalla: historia social de la televisión en Cali (1954-1970)", en: *Signo y Pensamiento*, No. 48, Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, pp. 55-75.

RODRÍGUEZ, Clemencia, 1989, "Historia de melodrama televisivo colombiano", en: *Controversia*, No. 155, Bogotá, Cinep, pp. 19-91.

_____, (ed.), 2008, *Lo que le vamos quitando a la guerra. Medios ciudadanos en contextos de conflicto armado en Colombia*, Bogotá, Fescol.

SANTANA, Pedro, 1989, *Los movimientos sociales en Colombia*, Bogotá, Foro nacional por Colombia.

SILVA, Renán, 1998, *Prensa y revolución a finales del siglo XVIII. Contribución a un análisis de la formación de la ideología de la independencia nacional*, Bogotá, Banco de la República.

TAMAYO, Camilo, 2008, *Las elecciones de prensa. Agenda informativa y calidad periodística*, Bogotá, Corporación Medios para la Paz.

THOMPSON, J. B., 1998, *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*, Barcelona, Paidós.

URIBE, Carlos, 1991, *Democracia y medios de comunicación en Colombia*, Bogotá, Foro Nacional.

VERA, Guillermo, 2001, "El editor y las colaboraciones. Un acercamiento a las relaciones entre lectores y el Papel Periódico de Santafé en 1791" en: *Signo y Pensamiento*, Vol. 20, No. 39, Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, pp. 24-34.

