

**INVESTIGACIÓN E INVESTIGADORES DE LA COMUNICACIÓN:
COLOMBIA 1970 – 1990, aportes al pensamiento
latinoamericano**

- Ponencia -

Autor: *Luis E. Alvarez Jaramillo*
Profesor asociado Universidad del Cauca

**II CONGRESO INTERNACIONAL SOBRE PENSAMIENTO
LATIAMERICANO: La construcción de América Latina**

**Centro de Estudios e Investigaciones Latinoamericanas
(CEILAT)
VICERRECTORIA DE INVESTIGACIONES
Universidad de Nariño**

Pasto, 18 - 21 de noviembre de 2002

INVESTIGACIÓN E INVESTIGADORES DE LA COMUNICACIÓN EN COLOMBIA: 1970-1990. Aportes al pensamiento latinoamericano.

Por: *Luis E. Alvarez Jaramillo*¹
Profesor asociado Universidad del Cauca.

“La historia es ciencia del hombre; y también de los hechos. Pero de los hechos humanos. La tarea del historiador: volver a encontrar a los hombres que han vivido los hechos y a los que, más tarde, se alojaron en ellos para interpretarlos en cada caso”. Lucien Febvre.

1. Introducción

El presente trabajo se inscribe dentro del proyecto de tesis doctoral “La institucionalización de los estudios de comunicación en Colombia, 1970-1990”. En esta investigación en curso se aborda un proyecto macro sobre el proceso de institucionalización del campo de estudios de la comunicación en Colombia.

Allí se trata de explicar y comprender cómo y por qué el proceso de institucionalización del campo de estudios de la comunicación social, para el caso de Colombia, es deficiente. Y se habla de deficiente porque en nuestro país los estudios en este campo no logran, en su conjunto, alcanzar las características de desinterés político, neutralidad emotiva y mayores niveles de racionalidad, condiciones con las cuales la tradición Weberiana, certificó lo que era un proceso apropiado de institucionalización.

No se trata de contar aquí, los de esta tesis doctoral y sus avances, quiero si, partiendo de ellos, abordar un problema que podría estar en el centro de las preocupaciones de este “II congreso sobre pensamiento latinoamericano. La construcción de América Latina” Y es, preguntar **¿que aportes han realizado nuestros pensadores colombianos del campo de la comunicación, al pensamiento latinoamericano?**

Regularmente la reflexión sobre pensamiento latinoamericano tiene una amplia tradición para indagar y reconocer el aporte de los pensadores en el ámbito de la filosofía, la sociología, la historia, la psicología, etc., riquísimo en el campo de la crítica

¹ El autor cursó estudios de pregrado en Comunicación social en la Universidad del Valle (1984-1989), Estudios de Maestría en Educación en la Pontificia Universidad Javeriana (1995-1997). Actualmente, es candidato a doctor en Historia de la Educación en Hispanoamérica, en el programa que ofrece RUDECOLOMBIA. Es director del Grupo de investigación en “Comunicación y educación afrocolombiana”, clasificado como *grupo D* por Colciencias y primer director del programa de comunicación social de la Universidad del Cauca.

literaria, pero muy poco se ha indagado y, ni siquiera preguntado, si alguno de nuestros pensadores ha realizado un aporte significativo en el campo de la comunicación. Por citar un ejemplo: se conoce y se reconoce el pensamiento de Antonio García Nossa, el cual se ha estudiado desde la perspectiva de sus contribuciones a la economía o a la política, pero no se ha indagado su pensamiento y sus aportes al saber de la comunicación.

El punto de partida. En la bibliografía sobre historia de la ciencia en Colombia no existe una historia de la comunicación social como disciplina. Diana Obregón², en 1986 consolidó un proyecto de investigación sobre historia de las ciencias en Colombia, que recogía buena parte de las ciencias sociales incluyendo la psicología, la filosofía, la historia, la antropología, pero no incluyó una historia de la comunicación social.

Perfectamente se puede conjeturar que la exclusión pudo deberse a varias razones: La primera: al simple desconocimiento de los directores del proyecto sobre la importancia de la reflexión colombiana sobre el campo de la comunicación; la segunda causa pudo tener origen en la escasa visibilidad de este saber, que seguramente, no tan legitimado como el de otras ciencias sociales, llevó a los directores del proyecto a omitirlo.

O quizá, y es la tercera conjetura, porque los directores del proyecto pudieron considerar que dicho saber no tenía la suficiente fortaleza conceptual y metodológica, y por lo tanto, no merecía un lugar en el podio de los saberes legitimados de otras ciencias sociales.

De lo anterior se deriva una pregunta central: ¿cuál es la relación de los estudios de comunicación social que se realiza en Colombia con lo que se produce en América Latina? y ¿cuáles son las relaciones entre lo que se produce en América Latina en este campo con lo que se elabora en Europa y Norteamérica? Para abordar estas relaciones voy a citar una tesis fuerte y ampliamente demostrada por Cristina Schwarz y Oscar Jaramillo. Ellos, en una ponencia para el Instituto de Comunicación para América (ICA), en Honolulu Hawaii en el año de 1985, cuyo propósito era evaluar la

² OBREGÓN, Diana et., al (1993). *Historia Social de la ciencia en Colombia. Fundamentos Teórico-metodológicos*. Tomo I. Santafé de Bogotá, Tercer Mundo – Colciencias. Pp. 141-145

contribución de los autores latinoamericanos al campo de la comunicación, explicar las fuerzas dialécticas que forman dicho entramado teórico y evaluar su conceptualización, metodología y discurso, llegan a la siguiente conclusión:

“Sistematizando la investigación crítica de Hispanoamérica nosotros intentamos mostrar que ha ocurrido un progreso real en la construcción teórica propia de la región. En los hechos, nosotros argumentamos que Hispanoamérica ofrece un consistente y coherente discurso de los fenómenos de la comunicación”³. Para demostrar esta tesis los autores que he citado, en 40 páginas sistematizaron los aportes de los pioneros de la comunicación en Latinoamericana, que en su orden son:

Antonio Pascuali en Venezuela de los años sesenta, pionero en desentrañar las diferencias entre comunicación e información. La contribución de Eliseo Verón en Argentina al introducir elementos conceptuales significativos en el estructuralismo genético, la semiología y en la lectura ideológica de los mensajes. El apoyo conceptual de Armando Mattelart al gobierno del presidente Salvador Allende por construir una teoría de la comunicación dentro de un contexto de gobierno popular. Y la aguda crítica de Luis Ramiro Beltrán a la teoría de las innovaciones y la aspiración de consolidar políticas de comunicación para los países de América Latina.

Al abordar el tema del aporte de los autores colombianos⁴ al campo de estudios de la comunicación social en América Latina, objeto de esta ponencia, se hará en tres partes:

1-. Una parte descriptiva de la investigación que se realizó entre los años 1970 a 1990, y su balance, el cual tuvo lugar a finales de los años 80s.

³ SCHWARZ, Cristina y JARAMILLO, Oscar (1985) *Investigación crítica sobre comunicación en Hispanoamérica: una historia desde adentro*. En Atwood y E. McAnany Becarios de comunicación de Latinoamérica. Austin, Universidad de Texas.

⁴ Se trata de los docentes investigadores, Dr. Jesús Martín Barbero y Dra Sonia Muñoz, Universidad del Valle, Mg. Patricia Anzola, Universidad Jorge Tadeo Lozano, consultora independiente; S. J. Joaquín Sánchez, Dr Francisco Gil Tovar; Dr. Germán Muñoz y Dr Reynaldo Pareja, Pontificia Universidad Javeriana.; Dra. Elizabeth Fox, Oficina del CIID; Dr. Hernando Martínez Pardo y Amparo Cadavid CINEP; Dr. Germán Rey, Fundación Social.

2.- Destacar los momentos más significativos de la investigación en términos de actores patrociniados, instituciones, organizaciones, eventos y productos. La Primera Semana Internacional de la Comunicación, (Bogotá, 1980). La conformación de la Asociación Colombiana de Investigadores de la Comunicación Social, ACICS (1978) y de AFACOM, Asociación de Facultades de Comunicación Social, (1980). El V Encuentro de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación, FELAFACS, (Bogotá, 1985).

3.- Los aportes de la comunidad jesuita, El CINEP y de la teoría de la dependencia, con su mayor exponente en Colombia, Antonio García Nossa.

1. Los estudios de comunicación social en Colombia (parte descriptiva)

En este apartado se realizará una aproximación al tema, desde la pregunta: ¿Cuáles son las características de los estudios de comunicación en Colombia para los años 1970-1990?

En este trabajo se utiliza la expresión ‘estudios de comunicación’ y no investigación, ya que por la proliferación de teorías, corrientes de pensamiento y paradigmas de investigación es difícil precisar el lugar para nombrar lo científico con el peligro de descalificar algunos discursos como no científicos.

Los estudios de comunicación social en Colombia han tenido tres cortes bibliográficos y momentos de balance: 1979-1980, 1985 y 1990.

Primero. El estudio realizado por Elizabeth Fox⁵ *Estado y perspectivas de la investigación de la Comunicación en Colombia* en el que registró 431 investigaciones con las siguientes características: el 60% son estudios realizados por instituciones privadas y universidades y el 40% son

monografías de pregrado. La clasificación por medios arrojó los siguientes resultados:

No.	Tipo de medio	Cantidad
1	Radio	116
2	Televisión	70
3	Educación	50
4	Desarrollo Rural	127
5	Comunicación Institucional	68
	Total	431

Cuadro No 1. Clasificación de los estudios por medios. *Elizabeth Fox*

La agrupación de los trabajos por temas en el estudio citado es como sigue:

- 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, potencial de respuesta y participación de programas de comunicación.
- El estudio de los procesos de difusión, adopción de innovaciones y el papel de la comunicación en la modernización y el desarrollo rural.
- Investigaciones con un enfoque histórico, básicamente de historia de los medios, sobre todo impresos. Dominan los trabajos sobre historia del periodismo.

Si bien es cierto que 431 estudios son un número considerable, algo distinto es el nivel de las investigaciones, pues la autora se queja que en Colombia la investigación en el campo de la comunicaciones, sea una *obra de amor*, por

⁵ FOX, Elizabeth (1980). "Estado y perspectivas de la investigación en comunicación en Colombia". En: *Memorias de la Semana Internacional de la Comunicación*. Bogotá, Universidad Javeriana, pp. 141-153.

cuanto todo estudio “por lo general se inicia sin tomar en cuenta, los resultados y experiencias de trabajos previos o ignorando su existencia, sobre todo en los trabajos de grado”⁶.

Y más adelante: “es un tipo de investigación eminentemente aplicada: una investigación que sirve para orientar programas específicos de comunicación... y en otros casos el tipo de investigación sirve para orientar y evaluar los programas de las propias instituciones...otras son investigaciones de batalla, investigaciones que sirven para responder diariamente a decisiones que tienen que tomar la gente que está trabajando en los medios sobre sus audiencias, tipo de contenidos y efectos”⁷.

Son investigaciones sin mayor elaboración de un marco teórico conceptual propio, y sin una toma de posición del investigador sobre la comunicación. Además, la investigadora Elizabeth Fox anuncia que en los estudios se percibe una clara relación entre el tipo de proyectos de investigación y la ayuda externa en el sector de comunicación⁸.

El segundo corte bibliográfico sobre estudios de comunicación es el de Patricia Anzola y Patricio Cooper⁹, quienes con el patrocinio de DESCO y ACICS, publicaron el libro: *La investigación en Comunicación Social en Colombia* (1985). En este estudio se registran 314 investigaciones y 921 monografías de pregrado, para un total de 1235 trabajos. El periodo de estudio incluye la 2ª mitad del siglo XIX hasta el año de 1984. El número de trabajos por año, para el periodo de estudio, es el siguiente:

⁶ Ibidem p. 145

⁷ Ibidem P. 145

⁸ Un ejemplo significativo de la ayuda externa en los estudios de comunicación es el caso del apoyo de la Agencia Interamericana de Desarrollo, AID, para evaluar la experiencia de Radio Sutatenza en el año 1975, por un total de 800.000 dólares. Ver: Robert White et, al (1976) *Los jesuitas latinoamericanos y la investigación en la comunicación*. Caracas. Centro de Comunicación social “Jesús María Pellín”, P. 50

⁹ ANZOLA, Patricia y COOPER, Patricio (1985). *La investigación en comunicación social en Colombia*. Lima, DESCO/ACICS/ALAIC. DESCO. Centro de estudios y Desarrollo, con sede en Lima, Perú. ACICS, Asociación Colombiana de Investigadores de la Comunicación Social.

# Trabajos	13	13	5	7	10	23	11	15	24	22	19	24	29	25	13	253
AÑO	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	15 AÑOS

En este estudio se deja en claro que la investigación en Comunicación en Colombia en realidad despegó en la década del 70, ya que lo realizado en los años 60s son estudios preliminares, además escasos, que no logran delinear tendencias de investigación.

El balance al año 1985, es el siguiente: “se observa una baja relación entre el número de estudios y el número de autores individuales: 113 autores para 314 trabajos, con la consiguiente fragmentación y dispersión de esfuerzos....El aporte de las facultades de comunicación a la investigación es numeroso, al contar con más de 900 referencias, pero no es cualitativamente significativo....de manera que aquí también es evidente la fragmentación, la repetición temática, la no acumulación de conocimientos y el resultante desperdicio de esfuerzos”¹⁰ De lo anterior, los autores concluyen que para el periodo entre 1970 - 1984, los estudios de comunicación presentan las siguientes características:

- Básicamente es una investigación aplicada, son escasos los trabajos que consideran problemas teóricos del ámbito de la comunicación. No cuentan con mayor elaboración de un marco conceptual propio. La investigación se orienta a evaluar los programas de comunicación de las instituciones, FCP, ACPO, INRAVISION, ICA, CINEP, CAPACITAR, CEPALC, o programas específicos en los medios ya sea de la radio o la televisión.

-. Es inmediatista al propiciar una investigación para dar respuesta a los problemas del día a día de los programadores. Se orientan a mirar el consumo de medios para ajustar los programas y *llevarle mejor* a las audiencias.

¹⁰ Ibidem Pp. XIX-XX.

- La investigación se encuentra influida temática y metodológicamente por la ayuda externa. Es decir, quien aporta los recursos decide sobre el objeto de estudio a considerar y desde qué metodologías. Son pocos los autores con tradición investigativa. La mayoría registra dos o tres trabajos. Se presenta repetición de esfuerzos y escasa acumulación de conocimientos.

Con el propósito de completar el estudio bibliográfico de las dos décadas, para los años 1985-90 se ha elaborado un estudio¹¹ que arroja los siguientes datos:

AÑO	85	86	87	88	89	90	6 AÑOS
# Trabajos/	10	7	14	19	31	13	94 Trab.

Los anteriores datos de las dos décadas se muestran en la siguiente gráfica:

¹¹ En este estudio realizado por el autor no se contabilizaron las monografías de pregrado porque: primero, institucionalmente no son reconocidas como investigaciones por Colciencias; segundo, su nivel de circulación es escaso; tercero, por la debilidad teórica y metodológica de los trabajos.

En los años 1985-90 se observa la presencia de mayor número de trabajos que abordan elementos conceptuales de la comunicación, y se hacen visibles tendencias de investigación. Indudablemente se destacan los textos e informes de investigación de docentes de la Universidad del Valle y de la Pontificia Univesidad Javeriana.

El tercer corte bibliográfico se realizó en los años 90, cuando se elaboraron estudios por sectores de los medios como son el trabajo de Mary Luz Restrepo¹² et., al. *La televisión en Colombia: treinta años de documentación* y el estudio de Ana María Lalinde P.¹³, *La radio en Colombia, estudio exploratorio documental 1973-1994*. Son estudios bibliográficos – descriptivos- de las publicaciones en estos campos con una limitada introducción de encuadre del estudio sin mayor pretensión de ser estudios analíticos.

2.- Instituciones que patrocinaron los estudios de comunicación en Colombia

En el cuadro No 2 de la página 11 se muestra que 11 autores han realizado 110 trabajos para un promedio de 10 trabajos por autor. Este dato es necesario matizarlo porque igualmente algunos autores que han escrito dos o tres trabajos tuvieron un impacto considerable en el campo de las comunicaciones; es el caso de los autores: Antonio García Nossa, Joaquín Sánchez s. j., Sonia Muñoz, Elsy Bonilla de Ramos, Hernando Téllez, Hernán Rincón Rincón y Gabriel Jaime Pérez s. j.

¹² RESTREPO, Mary Luz et al. *La televisión en Colombia: treinta años de documentación*. Santafé de Bogotá: Felafacs, 1990, pp. 14-15.

¹³ LALINDE, P. Ana María (1996). *La radio en Colombia: estudio exploratorio documental 1973-1994*. Santafé de Bogotá P.U.J. Facultad de Comunicación y Lenguaje. Cuadernos de comunicación No. 33.

No obstante que en los años 80 docentes-investigadores realizaron un considerable aporte científico al conocimiento de la comunicación social para los países del subcontinente, no se logra comprender con certeza por qué este saber no trascendió a otros grupos de investigadores y científicos sociales de Colombia, sino que se limitó a escasos grupos de universitarios o de investigadores de instituciones gubernamentales y no gubernamentales.

Qué se hizo?		¿Quiénes lo hicieron?		
ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL x AÑO		Autores		
AÑO	TRABAJO AÑO	AUTORES CON MAS DE 5 TRABAJOS	Trab/Autor	AUTORES CON MENOS DE 5 TRAB.
1970	13	MARTIN B. Jesús	19	GARCIA N., Antonio
1971	13	FOX de C. Elizabeth	14	TELLEZ, Hernando
1972	5	CADAVID, Amparo	13	BONILLA, Elsy
1973	7	NOVOA, Andrés	12	MUÑOZ, Sonia
1974	10	ANZOLA, Patricia	9	RINCÓN R., Hernán
1975	23	MARTINEZ P, Hernando	8	SÁNCHEZ, Joaquín
1976	11	RAMIREZ L. Sergio	8	PEREZ, Gabriel Jaime
1977	15	MUÑOZ, Milton	8	
1978	24	RAMOS LÓPEZ, Eduardo	7	
1979	22	SILVA TELLEZ, Armando	7	
1980	19	PAREJA, Reynaldo	5	
1981	24			
1982	29			
1983	25			
1984	13			
1985	10			
1986	7			
1987	14			
1988	19			
1989	31			
1990	13			
TOTAL	350	11 autores	110	

Cuadro No 2. Número de trabajos por año y número de trabajos por autor

Dicho de otra manera, el avance en la producción teórica y metodológica de algunos investigadores en el campo de la comunicación no llegó a consolidar una comunidad académica que le diera continuidad al trabajo de investigación en Colombia.

Grupos de investigadores y organizaciones no gubernamentales como el ICODES, ODEI, FEPEC, CINEP, SCCS, ALACODE y CAPACITAR, jugaron un importante papel en el patrocinio de investigaciones y en la promoción del estudio de los medios de comunicación social en el país.

Hasta 1978 tres instituciones realizan el 52% de los estudios: Instituto Colombiano Agropecuario, ICA; Acción Cultural Popular ACPO y Fondo de Capacitación Popular, FCP. El resto, que corresponde al 47% de los estudios, los van a promover universidades colombianas, universidades y ONGs extranjeras.

De 256 trabajos publicados entre 1970-84 los principales patrocinadores, hasta con 3 estudios, fueron en su orden: revistas colombianas, universidades colombianas, CINEP, revistas extranjeras, editoriales, FEPEC-FESCOL, CIID, FESCOL, SPEC, ICA, FCP. Estos trabajos abarcan un universo de 41 temas¹⁴, lo cual es un indicativo de la dispersión del campo de estudio. Entre los años 1985 – 90 el predominio en el patrocinio y en publicaciones va a ser de las universidades y de editoriales nacionales.

3. Aportes de autores colombianos al pensamiento latinoamericano de la comunicación

¹⁴ Estos temas son: 1 Agentes de cambio, 2 Análisis de contenido, 3 Análisis semiológico, 4 Canales de comunicación usados por los campesinos, 5 Cine, 6 Comprensión, 7 Comunicación, 8 Cultura, 9 Cultura popular, 10 Difusión, 11 Teoría y práctica del discurso, 12 Enseñanza de la comunicación, 13 Estudios históricos, 14 Ética, 15 Evaluaciones, 16 Fotonovelas, 17 Historietas, 18 Imprenta, 19 Información, 20 Investigación, 21 Lecturabilidad, 22 Legislación, 23 Libertad, 24 Líderes, 25 Literatura, 26 Medios de comunicación, 27 Mujer, 28 NOMIC, 29 Periodismo, 30 Prensa, 31 Políticas de comunicación, 32 Publicidad, 33 Radio, 34 Revistas, 35 Satélite, 36 Producción de sentido, 37 Sonovisos, 38 Tecnología, 39 Televisión, 40 Vallas y 41 Videocasetes. En: ANZOLA y COOPER op, cit, pp . 111-114.

Se retoma la afirmación de Oscar Jaramillo en el año 1985, en el sentido que “América Latina ya cuenta con un discurso consistente en el campo de la comunicación social”, para a renglón seguido decir que, en el segundo lustro de la década del 80, en América Latina se consolida dicha reflexión hasta sentar las bases de un paradigma propio de la comunicación, más conocido como paradigma de las mediaciones.

En la construcción de este paradigma, se consideran los aportes del maestro Jesús M. Barbero, con su obra *De los medios a las mediaciones*, 1987; Néstor García Canclini, *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, 1989; Renato Ortiz, *Cultura y modernidad*, 1991; Beatriz Sarlo, *Buenos Aires, una modernidad postergada*, 1988; José Joaquín Brunner, *América latina; cultura y modernidad: un espejo trizado*, 1991; Héctor Schmucler, *Memorias de la comunicación*, recopilación de 1997; y el importante aporte de la revista *Comunicación y cultura*.

Es ampliamente conocido el aporte del maestro Jesús Martín Barbero en la construcción del paradigma de las mediaciones, contenido básicamente en las obras *De los medios a las mediaciones*, en una recopilación de sus ponencias: *Procesos de comunicación y matrices de cultura*, 1988 y, otra recopilación, titulada: *Pre-textos. Conversaciones sobre la comunicación y sus contextos*, 1995.

Sobre el pensamiento del maestro Jesús Martín se han realizado seminarios para su estudio y evaluación. El primero lo convocó el Centro de Investigaciones de la Universidad Central, y se recogió en la obra: *Mapas nocturnos. Diálogos con la obra de Jesús Martín Barbero*, y el segundo, tuvo lugar en la Universidad de Cartagena dentro de la Primera Bienal de la Comunicación, año 1999. Igualmente, la obra del maestro Jesús Martín se ha reconocido a nivel mundial en seminarios realizados en España, Italia, Francia y Norteamérica.

Lo que se pretende decir en esta segunda parte es destacar que si bien es cierto la obra de Jesús Martín se encuentra reconocida en el contexto de la academia colombiana – otro punto es evaluar el aporte a las facultades de comunicación¹⁵-- no ha sido

¹⁵ Parcialmente realizado por Ana María Lalinde, en el artículo: “La legitimación del campo intelectual de la comunicación un tema de la agenda para el próximo Milenio”. En: *Mapas*

suficientemente reconocida la obra de otros autores, tales como: Elizabeth Fox, Patricia Anzola, Amparo Cadavid, Hernando Martínez Pardo, Reynaldo Pareja; Antonio García y Hernando Téllez¹⁶; y de instituciones como el CINEP, SCCC, y de otras organizaciones menores como CAPACITAR, CEPALC, CODECAL, ALACODE; Igualmente, estoy convencido, que no se ha hecho el suficiente reconocimiento al aporte de los Jesuitas en la construcción de reflexiones contemporáneas de la comunicación.

Es más, si se admite que la obra de un autor se construye en un ambiente intelectual, se debe reconocer que la obra de Jesús Martín se construye no sólo, en su interacción con comunidades académicas internacionales: FELAFACS, ALAIC, Revista Comunicación y Cultura, México y revista Thelos, España; sino por la interacción con una insipiente comunidad académica colombiana que emerge sobre todo en la década de 1980.

Incluso, la reflexión del paradigma de las mediaciones se construye en la crítica al paradigma dominante del funcionalismo que en Colombia inspiró experiencias tan importantes como la de ACPO, Fondo de Capacitación Popular FCP, de radio y televisión educativa, de los años 70. Y se construye en la crítica a una visión ilustrada de la cultura como es la expuesta por Francisco Gil Tovar, quien también realizó importantes contribuciones al campo de la comunicación, siendo decano por más de dos lustros de la Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Javeriana.

En la constitución de la insipiente comunidad académica es necesario destacar la importancia que tuvo la realización de la Primera Semana de la Comunicación en Agosto de 1980, la cual contó con dos conferencias de cada uno de los más destacados pensadores latinoamericanos de la comunicación, de la época: Armando Mattelart;

nocturnos: diálogo con la obra de Jesús Martín Barbero. Editora: María Cristina Laverde. Santafé de Bogotá, 1997. DIUC, Universidad Central, Siglo del hombre.

¹⁶ Hernando Téllez, en una obra documental, extremadamente importante para la historia de la radio en Colombia, dijo algo crucial para entender la conformación de lo nación colombiana. “Hasta 1930 Colombia mas que “un país de ciudades” como se le llama ahora, era “un país de países”, desintegrado casi por completo; con núcleos raciales y sociales casi antagónicos; con las mismas vías de comunicación de la década de la colonia y caminos que principiaban a volverse carreteras; con costumbres y tradiciones diferentes; con intereses regionales opuestos; con antipatías regionales peligrosas, con persistente desconocimiento mutuo. En ese mundo dislocado de los “treintas”, en plena crisis económica, en el momento en que se iniciaba el gran salto del progreso apareció la radiodifusión colombiana como el medio más poderoso de integración nacional abriendo la brecha para dar el gran paso hacia el desarrollo, para salir

Antonio Pascuali; Luis Ramiro Beltrán, Fernando Reyes Matta; y de los Colombianos, Eduardo Ramos, Jesús Martín Barbero y Elizabeth Fox; y del norteamericano Everett Rogers, este último exponente de la escuela funcionalista.

Esta Primera Semana de la Comunicación discutió ampliamente la necesidad de construir las bases de lo que se llamó la “Escuela Latina de Comunicación”, como un pensamiento particular con respecto a la escuela norteamericana (funcionalista) o la escuela crítica (Europea) de la comunicación. Igualmente esta semana realizó un descarnado balance sobre el estado de la investigación en la comunicación en América Latina y de Colombia en particular.

El segundo momento y, por esta misma época, se destaca la conformación de la Asociación Colombiana de Investigadores de la Comunicación, ACICS, la cual se orientó como una organización de apoyo a la investigación, y con este propósito, editó un boletín de la Asociación. La fundación de AFACOM, Asociación Colombiana de Facultades de Comunicación, animadora de un seminario anual sobre temas de comunicación y filial de la FELAFACS.

El tercer momento va a ser la realización en 1985, el V Encuentro Internacional de Facultades de Comunicación en la Universidad Javeriana, sobre *enseñanza de la comunicación y nuevas Tecnologías*. En él se abordó con detalle los posibles impactos de las tecnologías de información que se estaban implantando en los países de América Latina, su incidencia en las identidades de los grupos humanos y en las alternativas de uso desde los intereses de las naciones y de los pueblos latinoamericanos.

3.1 Aportes del CINEP

En 1972 se fundó el CIAS, (Centro de Investigación y Asistencia Social) que posteriormente en 1976, se transformó en el Centro de Investigación y Educación Popular, CINEP, el cual buscó “construir un equipo dedicado a contribuir a la transformación de la sociedad colombiana en un sentido de mayor igualdad, democracia

de la Colonia e integrarse al siglo XX”. En: *Cincuenta años de radiodifusión colombiana*, Medellín, Bedout - Caracol. 1974. P. 18

y justicia social”¹⁷. Es una institución que ha centrado su trabajo investigativo en las áreas de política, economía, actores y movimientos sociales, derechos humanos, educación popular y comunicación.

La orientación del CINEP fue realizar un tipo de investigación que estuviera al servicio del cambio social, centrado en las demandas sociales y en los temas de interés para el país en una coyuntura en particular. En el campo de la comunicación para la época de estudio, entre 1970-1990 se vivieron tres momentos:

En la primera etapa su búsqueda fue educar a los sectores populares para un mejor uso de las herramientas de la comunicación; el interés estuvo centrado en talleres de lectura de medios y de uso del audiovisual en los sectores populares. El segundo momento (1983-1986) se intentó realizar en un tipo de investigación mucho más académica buscando aportar en la conceptualización entre comunicación y cultura desde la referencia de los públicos conformados en los sectores populares.

Son los trabajos sobre prensa amarillista realizados por Vanesa Marmentini y Arturo Guerrero; el cine mexicano y lo popular en la televisión realizado por Hernando Martínez Pardo; los estudios sobre la telenovela realizados por Clemencia Rodríguez que intenta reconstruir las lógicas de producción en los dramatizados y los trabajos de Patricia Téllez que aborda la melodrama dentro del conjunto de la programación de la televisión del país¹⁸.

Después de 1988, la labor en comunicación social del CINEP se inclina hacia la búsqueda de resultados en la sociedad, para incidir en la población sobre los imaginarios que esta tenía con respecto a la violencia y la paz. Son los trabajos de

¹⁷ GONZALEZ, Fernán et, al (1998). *Una opción y muchas búsquedas*. CINEP, 25 AÑOS. Santafé de Bogotá, CINEP, P. 10. Igual que el CINEP, los Jesuitas han creado en América Latina instituciones con similares propósitos: Instituto de Investigación Socio-Económica, Tegucigalpa, Honduras; ILADESM, Santiago de Chile y el IBRADES, en Río de Janeiro y el Centro de Comunicación Social, Jesús María Pellín.

¹⁸ Es necesario recordar que este informe de investigación hizo parte de un trabajo conjunto con la Universidad del Valle y la Universidad Pontificia Bolivariana. La participación de cada una de estas universidades originó los informes: *Televisión y Melodrama*, de Jesús Martín B y Sonia Muñoz. Bogotá Tercer Mundo, 1990 y MONTROYA M. H, y CANO, F. *La telenovela: el milagro del amor*. Medellín, Universidad Pontificia Bolivariana, 1989.

Amparo Cadavid sobre *Comunicación y violencia: hacia la construcción de un terreno para el debate*, publicado en el número 153-154 de la revista *Controversia*.

De 20 textos publicados en las dos décadas por el CINEP en el campo de la comunicación, diez se pueden considerar que son estudios sistemáticos, producto de proyectos de investigación y que buscaron, más allá de abordar un tema en particular, elaborar consideraciones teóricas sobre los temas tratados. De ahí que se publicaran en la revista *Controversia* o como *Documentos ocasionales*.

3.2 Aporte de los Jesuitas

Es pertinente iniciar con la pregunta ¿En los años 80, la Universidad Javeriana y el CINEP contaron con un proyecto explícito de cómo y con qué fines orientar la investigación en comunicación social? Indudablemente la respuesta es afirmativa. Para reconstruir este itinerario, lo que sigue es una remisión al documento: *Los jesuitas latinoamericanos y la investigación en la comunicación*¹⁹.

Antes de la Reunión de Caracas de 1976²⁰, en Milwaukee en el año de 1975, se había realizado un encuentro de 12 expertos de carácter interdisciplinar en donde el P. Pedro

¹⁹ Centro de Comunicación social "Jesús María Pellín" (1976) *Los jesuitas latinoamericanos y la investigación en la comunicación*. Caracas. 63 pp. Este es un documento que recoge algunas ponencias completas y resúmenes de trabajos presentados en la reunión del *JESCOM Research Facilitator Unit*, Caracas 8-12 de Octubre de 1976. El JESCOM es el Secretariado para la comunicación social de la Compañía de Jesús creado en 1968 por mandato del General de la Compañía, el P. Pedro Arrupe, El propósito de este centro de investigación de la Compañía de Jesús es estudiar el impacto de los medios de comunicación social en el hombre moderno y proyectar su uso en función de las necesidades humanas y religiosas del hombre. En 1976 se puso en marcha una "Unidad Facilitadora de la investigación en Comunicación social" ("JESCOM Research Facilitator Unit") que funcionó en Londres con el siguiente equipo: P. Stefan Bamberger, S. J., Director General; P. Robert A. White, S. J. Director Científico; H. William E. Biernatzki, S. J. Sociólogo con experiencia en Korea. Esta Unidad se encargará de "Estimular y facilitar la investigación de los jesuitas en todo el mundo en el área de la comunicación".

²⁰ En la reunión de Caracas de 1976, participaron el grupo más selecto de la Compañía de Jesús para diseñar las políticas en materia de comunicación, son ellos: P. Stefan Bamberger, S. J., asesor para las Comunicaciones Sociales del Superior de la Compañía de Jesús y Director General de la JESCOM Research Facilitator Unit, con sede en Londres; P. Alberto Ancizar, S. J. Profesor en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello de Caracas; P. Antonio Cabezas, S. J. Director de Radio Santa María en República Dominicana; P. José Martínez Terrero, S.J. Profesor de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello, Caracas; P. Miron Alexius Stoffels, S.J. Director de la Escuela de Comunicación Social de UNISINOS; P. Franz Tattenbach, S.J., Asesor e

Arrupe General de la Compañía de Jesús, expresó: “No podemos ser *aficionados* intentando superficialmente utilizar los MCS como un juguete; tenemos que tomar este problema con toda responsabilidad que lleva consigo. La investigación es el escalón básico a fin de evaluar la efectividad de los medios de comunicación social, valorar su importancia, darnos cuenta del uso que hacemos de ellos y ver cómo podemos servir mejor a la sociedad y a la iglesia a través de estos medios modernos”²¹

Ahora la reunión de Caracas se citó para “ver qué enfoque se debe dar a la investigación de la Comunicación en América Latina por parte de la Compañía de Jesús, con qué visión se debe investigar, en qué dirección, cómo, con qué estrategia y con qué organización. En una palabra, se quiere situar la investigación de los medios de comunicación social en el contexto social, cultural, político y religiosos del mundo de América Latina y de las otras regiones del mundo, que tienen parecidos problemas”²². En otras palabras, en Caracas se estaba discutiendo la política de comunicaciones de la Compañía de Jesús para el Tercer Mundo, según la terminología de la época.

Visión de la investigación. La investigación servirá para establecer “una política de reestructuración de los medios de comunicación en las distintas regiones socio-culturales de manera que estos medios de comunicación realmente sirvan para la liberación del hombre en todo sentido, (¿hasta qué punto los medios de comunicación están contribuyendo a la acción liberadora de Dios en la historia?). Se entiende que estos datos servirán principalmente a la Iglesia pero también a otros grupos con fines similares”²³

Ante la disyuntiva si realizar investigación teórica o aplicada, el director científico de la JESCOM, Robert White, se muestra partidario de realizar investigación que “ofrezca

investigador del ICER (Instituto Costarricense de Enseñanza Radiofónica); P. Robert A. Withe, S.J. Subdirector del Instituto de Investigación Socio-Económica, Tegucigalpa, Honduras y Director Científico de la “JESCOM Research Facilitator Unit”. Asistieron como Observadores: P. Jesús María Aguirre, S. J. Director del Centro de Comunicación Social “Jesús María Pellín”, Caracas; P. Ignacio Ibañez, S. J., profesor de radio en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello; P. Epifanio Labrador, S. J., Director del departamento de medios de comunicación social del Secretariado Permanente de la Conferencia Episcopal Venezolana; P. Francisco Javier Tremonti, S. J., profesor de TV en la Escuela de Comunicación social de la Universidad Católica Andrés Bello, Caracas: Enviaron trabajos el P. Manuel Olivera S. J., y el Sr. Mario Kaplún, del Uruguay.

²¹ Ibidem, P. 9

²² Ibidem, pág. 9

bases para la solución de un problema práctico” (Ejemplo: cómo usar los medios de comunicación para formar catequistas) mientras que otros miembros de la Compañía consideran que es importante realizar la investigación aplicada pero también la investigación estrictamente sobre los aspectos generales de la comunicación: cómo se produce la decodificación de los mensajes, cuáles son las simbologías de mayor impacto en una comunidad determinada, etc.

Se trata con la comunicación de elaborar una teología de la comunicación o simplemente se trata de la preocupación de cómo comunicar más eficientemente la teología. Y aquí vuelve el problema de realizar investigación pura, meramente teórica, o investigación aplicada²⁴.

Visión estratégica: “Dada la influencia del marco teórico en los resultados de investigación sería importante elaborar una nueva *teoría de comunicación* que tome en cuenta los objetivos de las instituciones de la Iglesia en América Latina o en otras regiones. La filosofía social y el concepto de la persona humana en la tradición cristiana tiene grandes implicaciones para la teoría de la comunicación”²⁵

Visión política explícita: “Antes de enfrentarse con los marcos teóricos que deban tener las investigaciones, hay que analizar el papel político que vayan a jugar dichas investigaciones”; y más adelante, “No se debe aceptar ninguna investigación que no estudie o trate de solucionar el problema fundamental de justicia y liberación. Lo realmente importante es el papel de la comunicación en la transformación de mentalidades y de estructuras, más en concreto en la organización y movilización popular”²⁶

Temáticas. Estudios descriptivos sobre el uso de los medios para procesos de evangelización. Estudios de planificación: diagnósticos de los recursos disponibles,

²³ Ibidem, pag. 10

²⁴ Ver capítulo V de Los jesuitas latinoamericanos y la investigación en la Comunicación. P. 52

²⁵ WHITE, Robert A (1976). Reflexiones sobre los objetivos, criterios y estructura de la “JESCOM Research Facilitator Unit”. En: Op. Cit. P. 15.

²⁶ Op. Cit., Cap. IV. Criterios para la investigación. Pp. 37 y 38

políticas necesarias, clarificación de objetivos, elaboración de metas, etc. Estudios de caso para convertirlos en modelos en la región socio-cultural.

Estudios para analizar la interacción de factores estructurales: los medios de comunicación, los valores y actitudes personales. Puede ser el estudio de una emisora específica y su impacto en una audiencia determinada. Estudios de medios de comunicación de un país (medios comerciales, religiosos, efecto del control extranjero). Estudios para la planificación de medios de comunicación para uso dentro de la compañía.

Metodología. Si los medios deben estar al servicio del cambio de las estructuras sociales, Robert White partía de reconocer que “no tenemos un modelo original adecuado y dudo que, como investigadores de la comunicación, tengamos un marco teórico adecuado para estudiar esto. Esto es un reto realmente para nosotros”²⁷

Desde aquellas lejanas épocas ya entendían los jesuitas que para el estudio de los medios no se podía partir del presupuesto de verlos como instrumentos para transportar mensajes ya sean teológicos, políticos, o comerciales; en palabras de White: “De ahí viene la importancia de considerar en la comunicación, no solamente los medios de comunicación social o instrumentos de la comunicación, sino el mismo proceso comunicacional integral. Por ello cada proyecto debe incluir un análisis de la relación entre el proceso comunicacional y el proceso de transformación social. Hay que analizar las estructuras de poder en los subsistemas comunicacionales, porque esto es sustancial para entender el proceso”²⁸

“Dentro del marco teórico para explicar el papel de la Iglesia a través de los medios de comunicación social, hay que tener en cuenta, que está ocurriendo un cambio estructural (al menos mental) dentro de la Iglesia, hay una mayor conciencia de cambio social. Al menos en el último siglo la Iglesia, con el contenido de su mensaje y de las actitudes y

²⁷ Ibidem pp. 37 y 38

²⁸ Ibidem, pp 38

valores predicados, ha sido una estructura que ha facilitado el “status”, el no cambio, la centralización del poder y el totalitarismo...”²⁹ Y más adelante...se anuncia que la iglesia ha cambiado su estrategia en los medios ya que hoy se defiende una estructura participativa, con una fuerte identificación con las clases populares, propendiendo igualmente por cambios de estructuras a nivel nacional e internacional.

La anterior postura política contenía implicaciones para la metodología de la investigación y explícitamente se expuso: “las investigaciones en comunicación deben usar una metodología, que garantice la participación de los grupos sociales involucrados. De esta forma, no solamente los resultados serán más genuinos y auténticos, sino que el contacto con los sectores populares obligará al investigador a elegir los temas de estudio que más profundamente sirvan a los intereses de los sectores oprimidos y marginados, y dará al investigador la visión *desde abajo y del sector popular*, imprescindible si se busca sinceramente la defensa de los derechos de *los de abajo*, desde adentro”³⁰

.- “Sería conveniente que la investigación misma se convierta en un proceso educativo de los grupos populares, en que ellos mismos aprendan a desmitificar los medios de comunicación social, a crear una actitud crítica dentro de los sectores populares, a detectar los problemas y a darse cuenta del proceso comunicacional”³¹

.- La limitación del conocimiento comunicacional que no es universal. “Se piensa que cierta regionalización por continente se hace necesaria, ya que los problemas comunicacionales son muy distintos en cada uno”.

.- Insistir menos en estudios generales sobre América Latina y más en estudios concretos de países y zonas. Para luego poder hacer estudios comparativos, sobre todo cuando se utilicen metodologías parecidas.

²⁹ Ibidem, P. 38

³⁰ Ibidem, P. 39

³¹ Ibidem, P. 39

Criterios para la selección de investigaciones: Las investigaciones deben apuntar a resultados concretos para la utilización de los medios de comunicación en la pastoral (evangelización).

Los proyectos deben ser planificados para beneficiar una región sociocultural como América Latina, y no sólo para una diócesis o un país. Se debe plantear interrogantes serios sobre el trabajo actual de una institución poniendo en tela de juicio los objetivos institucionales y no solo evaluando los éxitos en lograr los objetivos tradicionales.

En los proyectos se busca atender los criterios de selección del Departamento de medios del CELAN y las recomendaciones de los documentos de la conferencia episcopal de Medellín. Tienen prioridad los trabajos que aspiren a una visión teológica más amplia y permita el análisis del contexto social, la contribución a la justicia social y al rol de la iglesia en el proceso de cambio social.

La conferencia de Caracas acogió las recomendaciones de la UNESCO emanadas de la conferencia de San José de Costa Rica (1976) sobre políticas de comunicación en América Latina y el Caribe, en donde se sugirió: “Por la orientación excesiva de los medios, se recomienda estructurar sistemas complementarios de comunicación masiva que garanticen el acceso y participación de los sectores populares”.

En consecuencia se abrió el debate sobre la investigación sobre medios micro y macro, lo grupal y lo masivo para concluir que:

“Los medios grupales, con su limitación cuantitativa, permiten una selección específica (líderes), mayor participación en el diálogo, reflexión comunitaria, profundización y asimilación del mensaje, ahora la pregunta es: ¿Cómo poner el *medio grande* al servicio del *trabajo grupal* que llevan a cabo las parroquias y los centros catequísticos? El medio masivo debería servir de refuerzo de lo que se hace en los medios grupales y micro”.

Sin embargo al usar los medios masivos comerciales se inducía la pregunta “¿se puede propagar la fe a través de medios injustos de comunicación?”, y con esta última expresión se refieren al hecho que los propietarios de los medios en la mayoría de los

casos son los comerciantes y los políticos tradicionales. Es decir, los mensajes sobre Cristo, ¿se distorsionan al lado de la publicidad, el erotismo y las campañas políticas?

Lo anterior conllevaba a una pregunta de hermenéutica, dijeron los exponentes: ¿Cuál es la relación entre Liturgia y medios de comunicación? Para concluir que los medios masivos limitaban la participación, del “dar y recibir”, del “acoger y ser acogido”. Y en los medios el ver y oír si no son una verdadera participación consuelan al que no puede asistir físicamente, pero al mismo tiempo, quién puede asegurar que “el enfermo, impedido de salir de su lecho, no pueda participar de la muerte de Cristo mucho más intensamente que otra persona presente en la celebración eucarística ?”³²

Estrategia. La JESCOM, con sede en Inglaterra, se encargará de estimular aquellas personas e instituciones que ya están investigando y con personas de instituciones de América Latina elaborarán un listado de temas prioritarios para este subcontinente. “Ello exigirá aprovechar al máximo los recursos propios: Escuelas de comunicación, centros de comunicación, jesuitas interesados en este campo, los medios de comunicación que ya tenemos”³³. Igualmente, se buscarán acercamientos con instituciones que persigan similares propósitos como CERPAL y SONO-LUX e instituciones como la AID.

Recursos. Como es la característica de los Jesuitas, ellos hablaron de la necesidad de racionalizar los recursos al máximo y siempre otorgándolos de acuerdo a la importancia de la investigación y sus resultados estratégicos. Igualmente, consideraron gestionar fondos con entidades de la iglesia. Y para proyectos especiales como el Radio Santa María en Guatemala, constituir un fondo de 14.000 dólares que permitiera el financiamiento de tres becarios.

4. Teoría de la dependencia y del ‘desarrollo otro’

³² Ibidem, P. 43

³³ Con esta expresión se refiere a las cuatrocientas emisoras de propiedad de la iglesia católica, de propiedad de la compañía de Jesús o influenciadas por la curia. Ibidem, P. 40

El concepto de dependencia, básicamente construido por los economistas cepalinos, alimentó la reflexión en las comunicaciones en los años 70s para, por extensión concluir, que la dependencia en América Latina no sólo era económica y política sino cultural y en campo de las comunicaciones.

Se realizó una profunda crítica y deconstrucción del concepto de desarrollo presente en la teoría funcionalista y difusionista de la comunicación. En oposición a ese concepto se elaboró el concepto de *desarrollo otro*, el cual se estudió desde múltiples aristas, tales como: los aspectos metodológicos y teóricos para abordar el concepto, los conceptos de desarrollo, subdesarrollo y crecimiento; etapas históricas de desarrollo, estrategias de desarrollo, modelos teóricos de crecimiento, financiamiento del desarrollo, obstáculos estructurales al desarrollo; desarrollo industrial, agrario y tecnológico, planificación y desarrollo, y por supuesto, 'el desarrollo otro' y la comunicación social en América Latina.

Ante la visión de desarrollo como crecimiento económico a partir de la transferencia de capital y tecnología, desde la teoría de la dependencia, se construyó el concepto de desarrollo de una manera integral, en donde se involucra a todos los niveles de la vida de la sociedad y, en consecuencia, se busca afectar los niveles de la cultura, del medio ambiente, la participación popular y la manera desarrollada como se debería distribuir los ingresos; en últimas, el desarrollo fue visto como proceso global de transformación a partir de la capacidad para el conocimiento crítico de la realidad.

Antonio García Nossa, es uno de los teóricos que con mayor profundidad abordó el tema y, en la bibliografía para el estudio del desarrollo y dependencia que adjunta a su obra clásica *¿Comunicación para la Dependencia o para el Desarrollo?*³⁴, registra 327 libros, ensayos, informes,

³⁴ GARCIA, Antonio (1980), *¿Comunicación para la dependencia o para el desarrollo?* Quito, CIESPAL, Intiyán.

artículos de revistas especializadas de instituciones como CEPAL, ILPES, ICIRA, que se refieren al concepto y problemática del desarrollo.

Igualmente, en esta revisión bibliográfica incluye 63 títulos que tratan el concepto de dependencia en América Latina. Entre otros autores incluye trabajos de Fernando Cardoso, Marcos Kaplan, Celso Furtado, Oswaldo Sunkel, Anibal Quijano, Paul Baran, Theotonio dos Santos, Octavio Ianni, Raúl Presbisch, Pablo González Casanova, Gino Germani, entre otros.

Según la teoría de la dependencia el papel que le había asignado la metrópoli a los medios de comunicación era contribuir a la transformación de las economías locales y tradicionales para conformar sistemas nacionales de mercado. “El nuevo ciclo de la comunicación social aparecía, entonces vinculado con la conformación histórica del modelo latinoamericano de capitalismo dependiente y con la exigencia estratégica de crear un mercado de masas para un aparato productivo que entrará a operar en una escala de masas”³⁵

Este tipo de **investigación crítica** señala a la dependencia en América Latina como un nuevo colonialismo cultural e ideológico. Aborda los temas de subdesarrollo autosostenido, el culto a la sociedad de consumo, la estructura internacional informativa; las relaciones entre publicidad, estructura informativa y transnacionalización de la economía; la manipulación ideológica, el sistema de propiedad sobre los medios, la toma de partido de los medios con los grupos de poder nacionales e internacionales, los procesos de dominación de la metrópoli sobre los países de la periferia, el colonialismo tecnológico y efectúa la crítica al concepto de *opinión pública* como uno de los mitos del repertorio del liberalismo político.

³⁵ Ibidem P. 60.

Fueron economistas y científicos sociales de América Latina que, investigando las dinámicas económicas de estas sociedades, se encontraron con que los procesos de dependencia en el nivel de la economía eran aplicables al campo de la comunicación social; además, fueron los primeros en darse cuenta que los medios empezaban a jugar un papel importante como empresas económicas debido a las grandes inversiones en publicidad y en las nuevas tecnologías de la comunicación.

Las investigaciones sobre la dependencia, desequilibrio informativo y cultural, se van a convertir en el saber que intelectualmente alimentó en América Latina, la propuesta ante todo política, del Nuevo Orden Informativo Internacional, NOII, y luego NOMIC, Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación. Temática esta que va a permear los debates en las Facultades de comunicación entre los años 1976 a 1985.

CONCLUSIONES

1.- Los estudios de comunicación social en Colombia no se han avalado con el suficiente rigor y han tenido escaso reconocimiento en el concierto de las ciencias sociales y de las instituciones cuyo fin es promover la investigación en estos campos, tales como Colciencias y ASCUN.

2.- El hecho que en el año 1978 se haya creado la Asociación Colombiana de Investigadores de la Comunicación Social, ACICS y la Asociación de Facultades de Comunicación Social, (1980) AFACOM, no fue suficiente garantía para consolidar una comunidad académica que pudiera trazar y ejecutar políticas de investigación, y por tanto, darle continuidad al trabajo de construcción y recreación de este saber.

3.- Existe un desnivel entre la cantidad mayoritaria de investigaciones aplicadas en el campo de la comunicación con el escaso número de textos con pretensiones teóricas. Sin embargo, la deficiente evaluación del campo, ha olvidado a autores que es necesario recuperar por la importancia para reconstruir un pensamiento alternativo y posible, para nuestros pueblos impactados por la sociedad red y de la información.

4.- Los jesuitas en 1976, aportaron un verdadero programa de investigación en el campo de las comunicaciones que perfectamente hubiera servido de modelo, por su articulación en todos los planos: visión de la investigación, estrategia, objetivos, temas, criterios de selección, metodologías de investigación, recursos, a cualquier institución de promoción de la investigación.

5.- Los aportes de autores colombianos como Humberto Martínez Pardo, Antonio García, Elizabeth Fox, Jesús Martín Barbero se han construido en interacción con comunidades y corrientes del pensamiento latinoamericano y mundial, es el caso del aporte de los jesuitas y la relación de Antonio García Nossa con las corrientes socialistas y la Teoría de la dependencia de América Latina; de Humberto Martínez Pardo con la escuela semiótica italiana; de Jesús Martín B, con la escuela historiográfica inglesa.

BIBLIOGRAFÍA

ANZOLA, Patricia y COOPER, Patricio (1985). *La investigación en comunicación social en Colombia*. Lima, DESCO/ACICS/ALAIC.

CADAVID, Amparo (1989) Comunicación y violencia. Hacia la construcción de un terreno para el debate. *CONTROVERSIA* No. 153-154. Bogotá, CINEP.

BRUNNER, J. Joaquín (1991) *América latina; cultura y modernidad: un espejo trizado*. Santiago de Chile, Dolmen.

FOX, Elizabeth (1980). "Estado y perspectivas de la investigación en comunicación en Colombia". En: *Memorias de la Semana Internacional de la Comunicación*. Bogotá, Universidad Javeriana, pp. 141-153.

GARCIA, Antonio (1980), *¿Comunicación para la dependencia o para el desarrollo?* Quito, CIESPAL, Intiyán.

GARCÍA CANCLINI, Néstor (1989). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México, Grijalbo.

GARCIA CANCLINI, Néstor, et, al. Editoras LAVERDE, María Cristina y REGUILLO, Rosana, (1998) *Mapas nocturnos: diálogo con la obra de Jesús Martín Barbero*. Santafé de Bogotá, Siglo del Hombre Editores, Universidad Central.

GONZALEZ, Fernán et, al (1998). *Una opción y muchas búsquedas*. CINEP, 25 AÑOS. Santafé de Bogotá, CINEP.

LALINDE, P. Ana María (1996). *La radio en Colombia: estudio exploratorio documental 1973-1994*. Santafé de Bogotá P.U.J. Facultad de Comunicación y Lenguaje. Cuadernos de comunicación No. 33.

MARMENTINI, Vanesa y GUERRERO, Arturo (1982). *La manipulación de la información. Tratamiento del caso de Nicaragua en la Prensa*. *CONTROVERSIA*, No. 99. Bogotá, CINEP

MARTÍN BARBERO, Jesús (1987). *De los medios a las mediaciones*. Barcelona, Gustavo Gili

MARTÍN BARBERO, Jesús (1988). *Procesos de comunicación y matrices de cultura*. México, Gustavo Gili.

MARTÍN BARBERO, Jesús (1995). *Pre-textos. Conversaciones sobre la comunicación y sus contextos*. Cali: Centro Editorial Universidad del Valle.

MARTIN BARBERO, Jesús y MUÑOZ, Sonia (1990) *Televisión y Melodrama*. Bogotá Tercer Mundo.

MARTINEZ PARDO, Hernando (1983). *Lo popular en y ante la televisión: Una propuesta*. *CONTROVERSIA*, No. 112. Bogotá, CINEP

OBREGÓN, Diana et., al (1993). *Historia Social de la ciencia en Colombia. Fundamentos Teórico-metodológicos*. Tomo I. Santafé de Bogotá, Tercer Mundo – Colciencias.

ORTIZ, Renato (1991) *Cultura y modernidad*. Río de Janeiro, Brasiliensi.

SARLO, Beatriz (1988), *Buenos Aires, una modernidad postergada*, (1988), Buenos Aires, Nueva Visión.

SCHMUCLER, Héctor (1997), *Memorias de la comunicación*. Buenos Aires, Biblos.

RESTREPO, Mary Luz et al (1990). *La televisión en Colombia: treinta años de documentación*. Santafé de Bogotá: FELAFACS.

RODRIGUEZ, Clemencia y TELLEZ, María Patricia (1989) *La telenovela en Colombia. Mucho más que amor y lágrimas*. CONTROVERSIA No. 155. Bogotá, CINEP

TELLEZ, Hernando (1974). *Cincuenta años de radiodifusión colombiana*, Medellín, Bedout - Caracol.

SCHWARZ, Cristina y JARAMILLO, Oscar (1985) *Investigación crítica sobre comunicación en Hispanoamérica: una historia desde adentro*. En: Atwood y E. McAnany Becarios de comunicación de Latinoamérica. Austin, Universidad de Texas.

WHITE, Robert A. et, al (1976) *Los Jesuitas Latinoamericanos y la investigación de la Comunicación*. Caracas, Centro de Comunicación Social, Jesús María Pellín.