Bibliografía colombiana sobre comunicación y cultura

POR **ANCIZAR NARVÁEZ MONTOYA**

La producción editorial más reciente que circula en Colombia se puede circunscribir a cuatro campos temáticos que nos permiten establecer por dónde se mueve el interés de las editoriales y de las instituciones.

¿Comunicología?

Aunque pareciera haber un consenso alrededor de la no-disciplinariedad de la comunicología, no es claro todavía el nombre a asumir. Mientras Pereira (2006: 15-16) rastrea los términos y sus significados, Martín-Barbero (2003: 14) invoca el informe de Wallerstein, *Abrir las ciencias sociales*, para justificar la no-disciplinariedad de la comunicología, y concluye que en el campo de la comunicación «el calibre de las preguntas pertinentes y socialmente relevantes no encuentra respuesta en las casillas del saber que constituyen las ciencias, devolviendo una inusitada vigencia a la filosofía, único saber capaz de hacerse cargo de las preguntas por el sentido [?] de las transformaciones que hoy media la técnica» (2003: 31). Esta es una salida a toda la reacción anti-disciplinaria que hoy está de moda en las ciencias sociales: la vuelta a la madre de todas las disciplinas, a la más central de ellas. Asimismo, Maigret nos presenta, bajo el nombre de *Sociología de la comunicación y de los medios* (2005), una verdadera comunicología a la manera de Galindo (2004). Al autor no se le escapa ninguno de los abordajes teóricos hasta ahora conocidos de la comunicación y de los medios, los que presenta bajo el rótulo de una disciplina como la sociología de la comunicación, aunque haciendo evidentes las dificultades de construcción de su objeto teórico propio.

Medios, periodismo y nación

Aunque el periodismo escrito ha sido el más estudiado, hay una reconstrucción de la ?modernización? del periodismo en Colombia consistente en su preocupación «por los temas de interés de los lectores, por la rentabilidad del negocio periodístico y por la profesionalización del oficio» (Vallejo, 2006: 11); en otras palabras, por el ingreso del periodismo a la industria y al

Fundación Telefónica
Telefónica

mercado, por un lado, y a la nación, por otro. López de la Roche (2006: 46) se plantea más o menos las mismas preguntas, es decir, cuál es «la articulación del medio televisivo con la modernización, la construcción de modernidad y la transición social y cultural de la sociedad colombiana en la segunda mitad del siglo XX». Aunque con matices, este es un esquema de lectura que se repite en los análisis referentes a ese periodo de los medios.

En efecto, aquí nos encontramos con que tanto la radio comercial (Castellanos, 2003), como la radio estatal oficial, la *Radiodifusora nacional* (Páramo, 2003), al igual que la primera etapa de la televisión (Uribe Sánchez, 2004) e incluso las primeras producciones del cine nacional (Santa, 2003) se inscriben, desde el punto de vista cultural y político, dentro del mismo proyecto de nación estatal, como medios que sirven para comunicar al Estado con el pueblo-masa, pero no al revés. En contraste, en la actualidad las agendas de nación de los medios, los periodistas y las audiencias, son absolutamente distintas y disonantes (Bonilla y Cadavid, 2004).

Comunicación, nuevas tecnologías y educación

La pregunta que se plantea Álvarez (2003) es radical: ¿ya no es necesaria la escuela? Las discusiones actuales sobre lo que las nuevas tecnologías harán a la escuela pecan de la misma ingenuidad de la que hicieron gala las previsiones sobre cómo el cine, la radio y la televisión remplazarían a la escuela ya desde la década de 1920. Rueda y Quintana (2004) avanzan hacia una «propuesta didáctica para el uso crítico y creativo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en el aula», tomando en cuenta que en lo fundamental no se trata de tecnologías, sino de ambientes educativos.

Industrias culturales y economía política de la comunicación

Los estudios que intentan dar cuenta de la importancia económica de las industrias culturales son pocos pero significativos. Silva (2003) presenta un estudio sobre la centralización del capital en Colombia en el cual aparecen las industrias mediáticas como parte de los grandes conglomerados económicos. Se describen los diez primeros grupos económicos del país y, dentro de ellos, dos ligados exclusiva o principalmente a la industria cultural: Casa Editorial El Tiempo y Carvajal.

El impacto económico de las industrias culturales en Colombia fue realizado por el Convenio Andrés Bello y publicado en 2003. Centrado en la relación entre economía y cultura, el estudio se ocupa de cuantificar la contribución de las industrias culturales al PIB y al empleo en el periodo 1995-2002. Por su parte, Bonilla y González (2004) analizan el funcionamiento de las concesiones para la televisión abierta y cerrada respectivamente y llegan a la conclusión de que existe un abuso de la posición dominante de los dos canales privados de cobertura nacional (*RCN* y *Caracol*), con el agravante de que, estando en manos de grupos extramediáticos, la autopauta o la preferencia en las tarifas para las empresas del mismo grupo económico refuerzan esa posición.

Fundación Telefónica
Telefónica

Bibliografía

ÁLVAREZ, A.: *Los medios de comunicación y la sociedad educadora ¿Ya no es necesaria la escuela?*, Universidad Pedagógica Nacional-Magisterio, Bogotá, 2003.

BONILLA, E. y GONZÁLEZ, J. I.: *Regulación y concesiones en la televisión colombiana: destellos y sombras*, Comisión Nacional de Televisión, CID, Bogotá, 2004.

BONILLA, J. I. y CADAVID, A. (editores): *¿Qué es noticia? Agendas, periodistas y ciudadanos*, Pontificia Universidad Javeriana / Fundación Konrad Adenauer, Bogotá, 2004.

CASTELLANOS, N.: «¿Tabernas con micrófono o gargantas de la patria? La radio comercial en Colombia: 1930-1954», en VARIOS AUTORES: *Medios y Nación. Historia de los medios de comunicación en Colombia*, Ministerio de Cultura, Bogotá, 2003; págs. 256-281.

Convenio Andrés Bello (CAB): *El impacto económico de las industrias culturales en Colombia*, CAB, Bogotá, 2003.

GALINDO, L. J.: «Notas para una comunicología posible. Elementos para una matriz y un programa de configuración conceptual-teórica», *Escribanía*, núm. 14, Universidad de Manizales, Manizales, julio-diciembre de 2004; págs. 5-12.

GARCÉS, Á. y LOMBANA, D. (eds.): *Pensar la comunicación. Reflexiones y avances en investigación*, Universidad de Medellín, Medellín, 2006.

JONES, D.: «Aproximación teórica a la estructura de la comunicación social», *Escribanía*, núm. 13, Universidad de Manizales, Manizales, enero-junio de 2005; págs. 19-30.

LÓPEZ, F.: «La historia de los noticieros de televisión en Colombia entre 1954 y 2004», en GARCÉS y LOMBANA, op. cit., 2006; págs. 45-72.

MAIGRET, É.: *Sociología de la comunicación y de los medios*, Fondo de Cultura Económica, Bogotá, 2005.

MARTÍN-BARBERO, J.: *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*, Fondo de Cultura Económica, Bogotá, 2003.

PÁRAMO, C.: «La consagración de la casa: raza, cultura y nación en la primera década de la Radiodifusora Nacional», en VARIOS AUTORES: *Medios y Nación. Historia de los medios de comunicación en Colombia*, Ministerio de Cultura, Bogotá, 2003; págs. 318-336.

PEREIRA, J. M.: *La comunicación: un campo de conocimiento en construcción. Reflexiones*

Fundación Telefónica
Telefónica

sobre la comunicación social en Colombia, en GARCÉS y LOMBANA, op. cit., 2006; págs. 17-43.

RUEDA, R. y QUINTANA, A.: *Ellos vienen con el chip incorporado. Aproximación a la cultura informática escolar*, IDEP / Universidad Central / Universidad Distrital, Bogotá, 2004.

SILVA, J.: *El gran capital en Colombia. Proyección al siglo XXI*, Planeta, Bogotá, 2003.

URIBE, M.: «Del cinematógrafo a la televisión educativa: el uso estatal de las tecnologías de la comunicación en Colombia (1935-1957)», *Historia crítica*, núm. 28, Departamento de Historia, Uniandes, Bogotá, julio-diciembre de 2004; págs. 27-58.

VALLEJO, M.: *A plomo herido. Una crónica del periodismo en Colombia* (1880-1980), Planeta, Bogotá, 2006.

VARIOS AUTORES: *Medios y Nación. Historia de los medios de comunicación en Colombia*, Ministerio de Cultura, Bogotá, 2003.

Fundación Telefónica
Telefónica