

**Televisión comunitaria en Cali y el Valle del Cauca
Experiencias significativas**

ISABEL NIEVES CAICEDO

Trabajo de grado para optar por el título de Comunicador Social – Periodista

JOSÉ HLEAP
Director de Tesis

Universidad del Valle Facultad de Artes Integradas Escuela de Comunicación Social -
Periodismo
Cali, 2011



**Televisión comunitaria en Cali y el Valle del Cauca
Experiencias significativas**

ISABEL NIEVES CAICEDO

Trabajo de grado para optar por el título de Comunicador Social – Periodista

JOSÉ HLEAP
Director de Tesis

Universidad del Valle Facultad de Artes Integradas Escuela de Comunicación Social -
Periodismo
Cali, 2011

CONCEPTO
TELEVISION COMUNITARIA EN CALI Y EL VALLE DEL CAUCA
ISABEL NIEVES CAICEDO

Paula Marcela Trujillo Jaramillo

El trabajo de grado de la estudiante ISABEL NIEVES CAICEDO, en torno a la Televisión Comunitaria en Cali y el Valle del Cauca, muestra un interesante abordaje con respecto a un tema pertinente; dadas las discusiones que hoy se tejen sobre los medios de comunicación, en especial la televisión, el rol de la Comisión Nacional, la apertura de un tercer canal privado y lo que pueden representar los Planes de Desarrollo Departamentales y Municipales en relación con la cultura, la memoria y el uso de medios como éste.

Ante la ausencia de una política pública audiovisual gestada entre todos los actores: Ministerio de Cultura, Ministerio de las TICs –antes Ministerio de Comunicaciones- y la sociedad -representada en lo que la estudiante denomina *gestores* e instituciones (canales regionales, canales locales, televisión por suscripción, universidades, ONGs, los mismos canales, el departamento y el municipio y sus instancias de gobierno, entre otros)- se hace urgente documentar las dinámicas tras las experiencias de televisiones comunitarias que requieren de una particular atención del Estado, gracias a la estrecha relación que estos canales establecen con las comunidades a las cuales llegan con su programación. Ni siquiera en materia legislativa existen claridades, como bien lo expone la Tesis, sobre cómo debe proceder un canal comunitario además de los cambios tecnológicos que se han establecido, como lo plantea también el documento. Es decir que estudios como el propuesto logran situar estos tipos de formas televisión, en su justa posición, como espacios de interacción social vitales.

Las conclusiones y la contextualización del tema son excelentes. Cabe decir también que la descripción, a manera de crónica, de cada uno de los gestores y de las televisiones estudiadas, es interesante. La contextualización juega además el papel necesario. A su vez el marco conceptual es adecuado y los referentes bibliográficos operan como un buen complemento; se asiste así a un documento que, en este sentido, cumple los requisitos académicos exigidos por la Escuela de Comunicación y por la Universidad del Valle en cuanto a la presentación de esta modalidad de trabajos de grado.

Por último se nota un interés por profundizar, gracias a las entrevistas, en el terreno empírico; por tanto se da cuenta, en términos de memoria, de un pasado cercano importante al mirar cómo fueron las formas de hacer televisión y lo que puede significar emprender este tipo de labores tecnológicas y de construcción de contenidos en una determinada localidad. Se aprueba el documento y se valida la experiencia asumida. Gracias por tan interesante lectura dado el abordaje temático efectuado.

Atte,
PAULA MARCELA TRUJILLO J.

Santiago de Cali
Junio 18 de 2012

UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE ARTES INTEGRADAS
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Atn,
JOSE HLEAP BORRERO

Al revisar el texto central del proyecto de grado de la estudiante ISABEL NIEVES CAICEDO, titulado “Televisión comunitaria en Cali y el Valle del Cauca, Experiencias significativas”, considero que la estudiante ha adelantado satisfactoriamente las recomendaciones hechas en la primera evaluación, convirtiendo el trabajo en un documento consistente, redondo y que, como en la primera valoración, se convierte en un importante punto de partida para nuevos abordajes al tema de la comunicación alternativa, y la televisión en el caso específico. Creo que las imprecisiones han sido corregidas y la fuerza del documento ahora no da lugar a reparos. Por todo lo anterior, considero que este proyecto de grado puede ser:

APROBADO

Así mismo, el documento está listo para ser entregado a Biblioteca y se sugiere a la estudiante, por fuera de cualquier requisito, haga presentaciones públicas del resultado del trabajo, sobre todo, frente a las organizaciones que hacen parte de su cuerpo de investigación.

Atentamente,
JORGE CAICEDO
Profesor Asistente
Escuela de Comunicación
UNIVERSIDAD DEL VALLE

RESUMEN

Este texto ha sido elaborado bajo una premisa, no ser un texto meramente académico y ser, más bien, un viaje por algunas de mis preguntas y dudas respecto al mundo de la televisión comunitaria. Es un trabajo que parte del hecho de hacer algo que permita construir posturas críticas y poder rescatar algunas de las experiencias de las personas que realizan televisión comunitaria en el Valle. El relato se intenta hacer de manera dialógica, es decir, tiene importancia la voz de investigador, pero también tienen importancia las voces de algunas personas que realizan televisión comunitaria en el Valle; estas voces son las protagonistas de esta historia. Además de intentar dar cuenta de estas voces, también intento dar cuenta de los procesos realizados por estos personajes, es por eso que también aparecen los perfiles de los canales comunitarios con los que pude trabajar, esta mezcla de voces e historias me ha permitido cartografiar de cierto modo algunas experiencias significativas de los procesos de televisión comunitaria en el Valle.

Mi trabajo parte de un componente puntual, la televisión; parto de la idea de que más que ser un elemento negativo o positivo, la televisión se convierte en una importante herramienta de construcción de comunidad y en una poderosa herramienta de construcción de relatos y memorias de la vida cotidiana de las personas. No hay en este trabajo una postura de profeta, es decir, de pensar que se le va a dar a la comunidad todas las soluciones a sus problemas, en cambio, sí tiene toda la intención de ser un puente comunicador entre la comunidad “académica” y algunos medios de comunicación comunitarios. En cuanto a los componentes teóricos presentes en el texto, puedo señalar que fueron muy

importantes tanto las lecturas oficiales como las lecturas de crónicas, historias de vida, perfiles, entre otros elementos. Además, pesa a existir, textos sobre canales comunitarios en Colombia, algunos de los textos consultados solo se limitaban a datos estadísticos y aparecían en contadas ocasiones las voces de los protagonistas, las personas que le dan vida a estos canales. Mi propuesta es construir un relato narrativo partiendo de las memorias vivas, de las experiencias y anécdotas, su vida cotidiana, sus emociones, que de cuenta de la historia de algunos canales comunitarios en el Valle, que muestre la importancia que estos tienen y han tenido pero, sobre todo, un relato que surja de los personajes mismos y no desde las posturas del investigador. Las narrativas son construidas por medio de las memorias individuales y colectivas de los sujetos, las narraciones, como en mi caso, se construyen en diálogo, se construyen en relaciones simétricas.

Espero que la lectura de este texto resulte para el lector tan agradable e interesante como resultó para mí realizar la investigación.

PALABRAS CLAVE: Televisión comunitaria en Cali, televisión en Colombia, televisión en Latinoamérica, los *otros* medios de comunicación, La Buitrera, El Hormiguero, Montebello, historias de vida.

AGRADECIMIENTOS

A mi familia por disponer siempre su corazón a todos los caminos, sentires, viajes, objetivos y propósitos de vida que me acompañan.

A la Universidad del Valle por permitirme forjar mis mundos, los académicos y también los humanos.

A los profesores Julián González, Griselda Gómez, Sonia Muñoz, Óscar Osorio, José Luis Grosso, Víctor Hugo Sánchez y Gustavo Aragón por el disfrute que significaron cada una de sus clases y a José Hleap por permitirme retomar el camino y por confiar en mí.

A las 'otras Colombias', esas que se gestan y existen cada día lejos del lente de los medios de comunicación privados... privados de inclusión, privados de memoria, privados de consciencia.

A los gestores, esos guerreros que de maneras tan 'inusuales' han terminado convertidos en los cinco sentidos de sus comunidades.

A Jesús Martín Barbero, leerlo y aprender de él es una de las experiencias más enriquecedoras que he podido tener.

A Alberto Salcedo Ramos y Hollman Morris porque su trabajo y enseñanzas de vida, así como el de otros periodistas colombianos, me han brindado la esperanza de poder ejercer mi carrera con inteligencia y dignidad.

TABLA DE CONTENIDO

Introducción.....	4
El propósito de este trabajo.....	7
El recorrido del trabajo de grado.....	9
Fundamentos Teóricos y Metodológicos.....	11
1. Capítulo 1: Los ‘otros’ medios de comunicación en Latinoamérica.....	16
1.1 ¿Cómo definir a los ‘otros’?.....	19
1.1.1 Medios alternativos.....	19
1.1.2 Medios públicos.....	20
1.1.3 Medios de participación, comunicación y desarrollo.....	21
1.1.4 Medios ciudadanos y comunicación para el cambio social.....	22
1.2 Medios Comunitarios.....	24
1.3 Simplemente los ‘otros’.....	25
2. Capítulo 2: La Televisión en Colombia.....	30
2.1 La ‘caja mágica’ llega a Colombia.....	30
2.2 Televisión regional.....	34
2.3 Los noventa, una década decisiva.....	36
3. Capítulo 3: La Televisión Comunitaria en Colombia.....	41
3.1 Los comienzos.....	41
3.2 Un paso decisivo, 1991.....	42
3.3 Señales de humo.....	44
3.4 Se amplía el campo de visión.....	47
3.5 El eterno presente.....	56
4. Capítulo 4: ¿Televisión Comunitaria en Cali, en el Valle?.....	59

4.1 Unas cuantas miradas.....	59
4.2 Cómo se realizó la selección y por qué.....	61
4.3 Hallazgos, respuestas y reflexiones.....	62
4.4 Los gestores.....	63
4.4.1 Vida familiar.....	64
4.4.2 Demandas sociales no atendidas y liderazgo.....	64
4.4.3 Procesos de capacitación y formación.....	66
4.4.4 Oficios varios.....	67
4.5 Los canales.....	68
4.5.1 El ideal de la participación.....	69
4.5.2 Programación y contenidos.....	69
4.5.3 Equipos de trabajo, relaciones sociales.....	71
4.5.4 Legales o no legales.....	72
4.5.5 Equipos, desarrollo tecnológico y sostenibilidad.....	74
5. Capítulo 5: Los perfiles.....	76
5.1 Corregimiento La Buitrera.....	77
5.2 Corregimiento El Hormiguero.....	90
5.3 Corregimiento Montebello.....	102
5.4 Barrio el Diamante, Cali.....	115
5.5 Municipio El Dovio.....	129
5.6 Otros canales.....	135
5.7 Reflexiones finales y conclusiones.....	136
Bibliografía.....	146

INTRODUCCIÓN

El primer televisor que hubo en mi casa era conocido entre nuestros familiares y amigos como una verdadera reliquia, una joya que debía ir directamente al museo y no a la sala de nuestra casa. Viví muchos años de mi niñez sin televisor y muchos creían que en mi familia estábamos locos, nos faltaba un tornillo o simplemente éramos muy extraños. Para nosotros era el primer televisor y no importaba mucho el tener que servir de control remoto humano cuando alguien pedía cambiar el canal, ni que hubiera que pegarle a veces algunos golpecitos por los costados para mejorar la señal. La historia de ese televisor ya tenía encima unos cuantos años, dueños y geografías. Ese televisor fue comprado en San Andrés en un viaje que hizo mi abuela paterna, cuando ella regresó al pueblo resultó toda una novedad pues era el primer televisor a color del pueblo y eso había que verlo. Unos años atrás mi familia también estuvo relacionada con la llegada del primer televisor en blanco y negro, en esa época la energía eléctrica escaseaba, algunas familias contaban con algunas plantas que eran usadas en ocasiones especiales, en las noches sentarse en taburetes y mecedoras en los andenes de la calle era lo habitual, así como hablar con el vecino o contar historias.

El televisor llegó a la casa de mis bisabuelos y resultó toda una odisea el hecho de disponer de una de las pocas plantas eléctricas para estos menesteres, pero podía más la curiosidad por conocer ese invento del que de alguna u otra manera todos se enteraban y todos hablaban, la caja mágica estaba en boca de muchos y el pueblo, acostumbrado a estar al día, no podía ser la excepción... Ese día

prepararon todo minuciosamente, toda la cuadra estaba enterada y se alistaban para conocer al invitado de honor, planta lista, cables listos, televisor listo, una noche que quedó en la memoria de mis abuelos para siempre. Con mayor o menor velocidad, ver televisión se convertía en un hábito que ofrecía nuevas maneras de percibir la realidad y que transformaba costumbres individuales, familiares, nacionales.

Las anécdotas se fueron desvaneciendo de nuestras memorias en el momento en el que el televisor se convirtió en un objeto más, dejó de ser una novedad, una sorpresa, un canal, dos canales, sesenta canales, música, videos, películas, cables, parabólicas, satélites, hoy pasan por las familias como el tema del día, la emoción efímera de un breve momento. Así, sin más, pasó el tiempo, mi tiempo. Luego, cuando decidí estudiar Comunicación, juré nunca tocar el tema de la televisión a menos que fuera una obligación académica, me daba pánico tener que hablar, pensar, sentir y vivir de esa “caja” llena de contradicciones, maravilloso invento, maravillosa ‘alineación’.

Años más tarde me enfrentaba a la decisión del proyecto de investigación que terminaría convertido en una tesis de pregrado y aún me preguntaba por qué había escogido trabajar con la “caja” ¿Cómo llegué a hacer una investigación y una tesis de pre grado sobre canales de televisión? Tal vez soñé que esa “caja” llena de contradicciones podía dejar a un lado “realities”, enlatados, siliconas y podía llenar sus espacios hablando de un barrio, del viejito de la tienda, de los niños que bailan salsa, del que barre la calle, del joven que anda en bicicleta y con

la cámara al hombro. Parece que, en medio de las contradicciones, la “caja” ofrece otras realidades, en este texto he plasmado algunas de ellas.

EL PROPÓSITO DE ESTE TRABAJO

“La ‘investigación’ es, entonces, el nombre prudente que, bajo la violencia de determinadas condiciones sociales, damos al trabajo de escritura.”

(Roland Barthes)

Conocer e investigar algunos de los canales comunitarios que existen en Cali y en el Valle es, en mi caso, un asunto que va más allá de la simple curiosidad; no se trata solamente de un trabajo de grado ni de una investigación académica. Si lo pudiera describir de alguna manera lo haría como un viaje hacia preguntas e inquietudes que me han acompañado por muchos años, el querer absorber posturas críticas hacia los medios que logren convertirse en propuestas concretas y la búsqueda constante por hacer de cada paso que doy algo “útil”.

Este trabajo tiene como propósito lograr, a través de un ejercicio de escritura y observación, dar a conocer algunas experiencias significativas sobre medios de comunicación comunitarios que se han gestado en Cali y en el Valle del Cauca pues, en la medida en que conocí las historias de otros comunicadores, productores, realizadores, fui comprendiendo un poco más cuál es el propósito que quiero llevar con mi carrera y eso resultó fundamental para mi proceso de formación.

Este ejercicio de escritura tiene como finalidad generar también algunas reflexiones sobre ciertos medios de comunicación que, desde barrios, comunas, corregimientos y municipios, tienen un alto grado de compromiso con su labor ante la comunidad y son capaces de demostrar que, desde una posición fuera del ámbito académico, también se construye calidad, tal vez en algunas ocasiones no

técnica, pero sí humana; y que, además, sienten que son el reflejo de lo que llaman 'pequeñas Colombias', esas que no salen en los canales de televisión privados pero que existen, están ahí. El texto que presento a continuación se ha gestado como una reflexión y una especie de homenaje a los colombianos y colombianas que se arriesgan a hacer televisión desde su sencillez, desde su municipio o barrio.

Colombia necesita tener más y mejores canales de televisión, no aguantamos con los pocos que dicen que en este país no pasa nada, que hablan de la noticia de un gato electrocutado como lo más relevante del día. ¿Por qué no hemos sido capaces de construir esos otros medios que tanto pedimos? ¿Alguien sabe de ellos? ¡Parece que esos medios sí existen! Esta es su historia.

EL RECORRIDO DEL TRABAJO DE GRADO

El trabajo de grado está organizado de la siguiente manera: Para comprender la historia local de los llamados '*otros*' medios de comunicación primero se realiza un recorrido histórico-teórico sobre estos medios en América Latina; luego, se realiza el mismo ejercicio en Colombia, un recuento sobre la historia de la televisión y la de los '*otros*' medios en el país para así llegar a Cali y al Valle del Cauca. Estos primeros capítulos tienen como objetivo mostrar estudios, análisis e investigaciones que ofrecen una mirada general sobre la televisión en América Latina y en Colombia, en especial para comprender un poco cómo surge el término '*comunitario*'.

Luego, expongo de manera breve las categorías en las que distribuí la información recopilada de los canales de televisión comunitarios que actúan como protagonistas de este trabajo; están agrupadas en dos grandes bloques: los gestores y los canales de televisión. Para realizar los perfiles de los canales y sus gestores recurrí a fuentes documentales (revisión de archivos, actas, documentos institucionales y de política local, videos) y orales. Realicé diferentes tipos de entrevistas y me dediqué a observar ciertas cotidianidades en las vidas de mis '*protagonistas*'.

Una vez las categorías de la información han sido expuestas, presento los perfiles de los canales de televisión, un ejercicio de escritura que conserva con fidelidad y

respeto la información obtenida mediante visitas, observaciones, llamadas, entrevistas y lecturas. En el transcurso de cada narración se exponen los elementos más interesantes y pertinentes al propósito central de la investigación, las historias personales, familiares, el surgimiento de los canales de televisión, los canales que se encuentran en funcionamiento, los que en estos momentos son solo un proyecto, entre otros. Al final, planteo algunas reflexiones finales que resumen la información encontrada y expongo las conclusiones de esta investigación.

FUNDAMENTOS TEÓRICOS Y METODOLÓGICOS

“Puse el acento en lo más visible. Querría ir hacia cosas ligeramente menos visibles mostrando cómo la televisión puede, paradójicamente, esconder mostrando. Exhibiendo otra cosa que lo que debería mostrar si hiciera lo que se supone que debe hacer, es decir, informar. O incluso mostrando lo que hay que mostrar, pero de tal manera que no se lo da a conocer o se lo vuelve insignificante o lo construye de tal manera que toma un sentido que no se corresponde de ninguna manera con la realidad.” (Pierre Bourdieu)

La televisión es pensada constantemente, analizada como lenguaje y estética, como posibilidad narrativa ‘que libera la expresión, el tiempo, el espacio y la vida’.

Los que están ‘a favor’ de estudiarla afirman que:

La televisión se instala en la historia social de lo audiovisual que nos habla de las transformaciones que ha vivido la humanidad respecto a la expresión, las formas de percibir y representar la realidad y los dispositivos de acceder y comunicar el conocimiento. (Rincón, 2001, pág. 14)

Los que están ‘a favor’ de criticarla plantean negativas hipótesis afirmando que la televisión es el peor de los males, donde no se puede pensar, donde la comunicación muere, donde todo se fragmenta y se vuelve un mero espectáculo.

¿Dónde situarnos cuando descubrimos que en medio de las posturas ‘positivas’ y ‘negativas’ frente a la televisión se gestan dinámicas y trabajos donde ‘ella’ se descubre como una herramienta de trabajo clara para la comunidad, cuando el sueño de muchos consiste en la posibilidad de tomar una cámara y ‘mostrar’ a través de ella lo que se es?

Este trabajo adopta, en general, una posición de ‘equilibrio’ ante lo encontrado en cada parte del proceso investigativo pues expone una postura que valida tanto los aspectos positivos de los hallazgos como las críticas tan necesarias en este tema; además, no pretende entregar soluciones únicas, pretende, en cambio, ser un puente que permita acercarse a esos *otros* medios, conocerlos y comprender que muchas veces son la única opción que cientos de personas tienen de poder acercarse realmente al medio de comunicación.

Para el desarrollo de este trabajo fueron de gran ayuda varios tipos de lecturas y, simultáneamente, la búsqueda de investigaciones sobre el tema. Respecto a las lecturas se realizaron las que se podrían llamar ‘oficiales’, es decir, documentos como leyes, decretos, acuerdos, entre otros, elaborados por la Comisión Nacional de Televisión, algunos ministerios, la Constitución de 1991, etc.; las relacionadas con periodismo literario, crónicas, escritura creativa e historias de vida, es decir, textos, manuales, investigaciones y también libros de Leila Guerrero, Martín Caparrós, Alberto Salcedo, entre otros; y la lectura de otras tesis de características similares que permitieran comprender un poco las maneras de exponer la información encontrada.

Después de hacer la búsqueda de bibliografía pertinente al tema, se encontró que existen varios autores que han trabajado el tema de los medios comunitarios en Colombia, pero es poco el estudio desarrollado en el Valle, poco pero fundamental para el tema. Además, el estudio regional arroja aspectos muy generales, estadísticos y metódicos; muy pocos se acercan a lo que hay detrás de dichas

estadísticas, a la persona que, sin estudios formales sobre comunicación o periodismo, ha asumido este rol en su comunidad, por ejemplo.

La investigación se realizó básicamente a través de las lecturas ya nombradas, de procesos de observación, de análisis de lugares, fotografías y videos y a través de entrevistas flexibles y abiertas; si bien se elaboró un cuestionario guía, el orden, la forma de encabezar las preguntas o su formulación se adaptaba a situaciones diversas y a las características particulares de los entrevistados.

Dentro del proceso de recopilación de toda la información el concepto de “investigación narrativa” llegó en el momento adecuado gracias al profesor José Hleap, quien pudo explicarme, a través de algunos diálogos, que la *“investigación narrativa ha sido una opción hoy legitimada en las ciencias sociales para acercarse a la experiencia. Cuando se quiere conocer la manera como alguien ha vivido o experimentado algo, cuando la densidad del otro, su particularidad, es la condición de esa comprensión y, por tanto, sólo podemos acceder a ella mediante lo que nos cuenta, estamos en el terreno de la investigación narrativa”*. En este sentido esta investigación sobre algunos de los canales de televisión comunitarios y sus gestores buscaba, a través del conocimiento de las experiencias de cada persona, conocer los modos de actuar, el día a día, las rutinas, los vínculos afectivos, los organizacionales o los saberes prácticos mediante sus relatos; a su vez, cada relato permitía reconstruir la memoria y los recuerdos.

A través de las entrevistas se lograron explorar los detalles de las experiencias de las personas y los significados que éstas les atribuían; además, a través de la

recolección de los datos, se buscaron posibles significados sobre las reflexiones, los pensamientos y los sentires de los entrevistados a nivel individual y colectivo.

Hleap también compartió en sus diálogos otros elementos claves para construir tanto los perfiles como las reflexiones finales, gracias a sus explicaciones pude comprender que la *“forma narrativa contiene una función integradora que proviene de su trabajo sobre la temporalidad en la separación entre historia (lo contado) y narración (la forma como es contado), así como su actualización temporal en la recepción. La narratividad determina, articula y clarifica la experiencia temporal. Es la narración, la de los testigos y la de sus intérpretes (los historiadores, por ejemplo), la que pone en orden el sentido del acontecimiento”*.

Al ser la investigación narrativa el estudio de las formas en que los seres humanos experimentamos el mundo adopté dos posiciones claves, la del analista que realiza un análisis de la narración y piensa sobre los relatos y la del relator de historias que realiza un análisis narrativo y piensa con los relatos. Los relatos y narraciones de las personas son recursos culturales que, en gran medida, dan sentido a la vida de las personas. Por lo tanto, investigar con los relatos de las personas contribuye a comprender, por ejemplo, cómo construyen las identidades.

Las monosilábicas respuestas de algunos contrastaron con las respuestas largas y sin pausas de otros; en la mayoría de los casos ciertas barreras formales se dejaron a un lado llevando la entrevista hacia un diálogo abierto y sincero que arrojó información aún más pertinente que la que tal vez pudo surgir de un

cuestionario muy elaborado. Se presentaron diálogos que se extendieron algunas horas más de lo previsto, algunos fueron grabados y transcritos, otros fueron diálogos de los que se iban obteniendo ideas que se consignaban en libretas, otras fueron cuestionarios contestados a través de un correo electrónico; en fin, las 'libertades' y 'riesgos' asumidos me permitieron comprender, a través de esta investigación, cómo el planteamiento de una teoría respecto a los diferentes métodos de entrevista cambian y se transforman en el momento y espacio del encuentro, una experiencia completamente invaluable.

CAPÍTULO 1

1. LOS ‘OTROS’ MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LATINOAMÉRICA

Hace cincuenta años, un poco más, autores, investigadores y profesionales de diferentes áreas, desde distintos lugares y experiencias en Latinoamérica, han pensado, analizado, conceptualizado y definido los llamados ‘otros’ medios de comunicación. Por ‘otros’ se entienden aquellos medios ‘alternativos’, ‘populares’, ‘comunitarios’, ‘participativos’, ‘ciudadanos’, ‘públicos’.

Tal vez no sea posible encontrar un solo texto, investigación o análisis que plantee una definición que los abarque a todos, tal vez la riqueza misma de estos ‘otros’ medios radique precisamente en la variedad de investigaciones y personas que un día se aventuraron y se dieron a la tarea de nombrarlos, analizarlos y buscar respuestas. Podemos comprender entonces, explica la profesora e investigadora Amparo Cadavid, el interés “que campos estructurados como la filosofía, los estudios culturales, la sociología, la antropología, las ciencias políticas, la lingüística o la semiología han tenido para pensar en ello” (Cadavid, 2007, pág. 4); así como también debemos tener claro que esta labor se ha hecho desde la práctica de los medios, la actividad de los integrantes de los colectivos de esos “otros medios” y el gran esfuerzo que realizan los productores, activistas, trabajadores de campo o educadores para buscar espacios que gesten la comprensión y la reflexión de su propio trabajo.

Lo particular de América Latina es que es una región que:

“desde sus épocas coloniales mantiene una extrema relación de dependencia con los centros de poder. Dictaduras, desaparecidos y crisis, dan cuenta de la dificultad de las clases hegemónicas regionales para articular un modelo de acumulación que integre al conjunto de las sociedades” (Mastrini & Becerra, 2001, pág. 17)

como lo han planteado los investigadores Guillermo Mastrini y Martín Becerra (2001), para ellos la televisión no pudo escapar a este contexto, el alto grado de concentración de la propiedad de los medios en manos de élites económicas y políticas, es decir, la concentración de la riqueza en manos de muy pocos es un problema visible y constante de los medios de comunicación en todo el continente, y esto ha implicado una región extremadamente desigual en términos de acceso a los medios audiovisuales. Tres elementos están presentes en la historia de la televisión en América Latina: La concentración de los recursos en manos de unos pocos, las dificultades estatales para establecer políticas de medios claras que generaran la participación de la sociedad y el hecho de que ha sido el mercado el que ha fijado las principales estrategias televisivas y que la participación del Estado al respecto se resume en fijarle marcos reguladores a dichas estrategias.

A pesar de esto, afirman algunos investigadores que la década de los sesenta significó para Latinoamérica el surgimiento de estos ‘otros’ medios como respuesta a dicha desigualdad y a la:

“ausencia de libertad de expresión en los medios oficiales en casi todos los países del continente y como vía de democratizar unos discursos que para nada contemplaban las necesidades y visiones

del mundo de amplios sectores de la población sumidos, en la mayoría de los casos, en extremas condiciones de pobreza” (Crawford & Flores, 2002, pág. 193).

La negación de derechos fundamentales, como el derecho a la libre expresión a amplios sectores de la población, que no eran representados en el *‘hegemónico discurso de los medios oficiales’*, dieron paso a la consolidación de importantes procesos comunitarios y a la creación de organizaciones orientadas a construir posibles proyectos de comunicación de características democráticas que se han mantenido vigentes a pesar de que las condiciones sociales, económicas y judiciales no siempre han sido las mejores para que este tipo de proyectos permanezcan activos y productivos.

Durante los setenta y ochenta se dio el auge de estos ‘otros’ medios, la mayoría de ellos comprometidos activamente con los movimientos sociales de la época; estos años representaron para su historia y desarrollo grandes experiencias, compromisos y fructíferas reflexiones:

“La apuesta por una organización popular y democrática articulada llenó y hasta suplió las utopías políticas de ese entonces. Los actores de sectores pobres se convirtieron en protagonistas y desde allí se les percibía como nuevos y auténticos gestores del cambio social” (Alfaro, 2001).

Estos años simbolizaron experiencia y compromiso en todo el continente, sostenidos por apoyo internacional o aportes voluntarios, sin duda el eje central fue el compromiso adquirido con los sectores necesitados buscando su desarrollo político y social. Las últimas dos décadas han significado nuevos medios, nuevas

legislaciones, avances, cambios de visiones y objetivos, así como diversos estudios que han aportado elementos conceptuales e históricos muy valiosos.

1.1 ¿Cómo definir a los ‘otros’?

Los llaman los medios que ‘hacen resistencia a la comunicación dominante’, los medios que son ciudadanos ‘porque establecen relaciones entre la comunicación, la política y el cambio social’, los medios que ofrecen una alternativa a los medios privados, los medios ‘estrechamente ligados a organizaciones populares y movimientos sociales’, los medios participativos ya que ‘todos tienen cabida pues son capaces de integrar diversas experiencias’, los medios, ‘otros’, que ‘afirman su lugar como una fuerza que transforma la sociedad’. ¿Cómo definirlos?

1.1.1 Medios alternativos

Frente al término *Medios Alternativos* los investigadores explican que estos exponen en la mayoría de su trabajo la representación de los intereses, los puntos de vista y las necesidades de los grupos ‘subalterizados’ en la sociedad (actores locales que no poseen el poder suficiente para hacerse escuchar) y se organizan fuera de las estructuras de los medios masivos, manteniendo así su independencia y sus objetivos no comerciales. En el artículo “*Los medios de comunicación comunitaria: La boca social*” (2005) del grupo SIPAZ -Sistema de Comunicación para la Paz- se plantea el término ‘alternativo’ para describir a los medios de comunicación que cuentan con la participación de la gente,

“estos espacios de expresión contribuyen a la reconstrucción de las memorias comunitarias desde las zonas subalternas o marginales, rurales y urbanas; quienes programan y producen los mensajes

habitualmente no son profesionales del periodismo pero han buscado un entrenamiento para ser voceros y representantes de su sector". (Sipaz, 2005)

Según el artículo, los canales de comunicación 'popular' o 'alternativa':

"deben permitir la transdisciplinariedad y la entrada en escena de prácticas sociales hasta ahora relegadas por los medios de comunicación comercial. Allí, deben interactuar el desplazado, el reinsertado, el narrador, el poeta, el investigador social, el edil, las amas de casa, la madre cabeza de familia, pero además las categorías no canonizadas por occidente: la narración oral, la homeopatía, los saberes populares, las cuales —todas en conjunto— crearán el discurso audible y digerible para la boca social de la realidad y del contexto cotidiano." (pág. 2)

1.1.2 Medios públicos

El término 'medios públicos' ha sido analizado por autores como Jesús Martín Barbero, para quien

"las dificultades que hoy experimentamos a la hora de pensar la especificidad de lo público deben ser al menos enunciadas antes de debatir el sentido de lo público en televisión y en particular lo que hace que una televisión sea pública. A fines de los años setenta Richard Sennet oteó en un libro ya clásico el declive del hombre público señalando que el espacio público es ahora un área de paso, ya no de permanencia" (Martín Barbero, 2001, pág. 39)

Es televisión pública aquella que interpela al público, incluido el consumidor, en cuanto ciudadano. En plena llegada del neoliberalismo económico las democracias latinoamericanas se han dado a la tarea de ser participativas a través de reformas y nuevas constituciones. Al hablar de Televisión Pública quedan tres asuntos por resolver para saber de qué se está hablando cuando se refiere a este

tipo de televisión, una de ellas la distinción entre televisión pública y televisión del gobierno:

“En la mayoría de países de América Latina existen televisiones llamadas “públicas”. Esto es así porque pertenecen a los Estados o comunidades y dependen de las subvenciones de los gobiernos. Su carácter “público” les proviene de quien es su propietario (el estado), más que por su misión o filosofía (servir al proyecto ético de sociedad). Por lo tanto, dichas televisiones carecen de un pensamiento y un diseño que correspondan a un concepto contemporáneo de democracia, ciudadanía, sociedad civil, televisión, consumo cultural, que les permita reinventar lo público desde la televisión” (Rincón, 2001, pág. 298).

Martín Barbero (2001) plantea que lo ‘público’ debe reubicarse en el tejido comunicativo de lo social, mediante políticas capaces de “... *convocar y movilizar al conjunto de los actores sociales: instituciones, organizaciones y asociaciones estatales, privadas e independientes; políticas, académicas y comunitarias*” (pág. 65)

1.1.3 Medios de participación, comunicación y desarrollo

John Downing (2010) opina que la frase ‘de participación’ se ha convertido más que nada en una expresión de moda que intercambian los administradores de desarrollo en sus documentos de solicitud para propuestas. El autor expresa que el término que prefiere es ‘medios de movimientos sociales’ pues “sujeta estos proyectos de comunicación a movimientos sociales de todo tipo, sean grandes o pequeños, constructivos o represivos, etc.” (Downing, 2010, pág. 6), aunque es consciente de la existencia de medios en escala pequeña (boletines de mezquitas,

páginas web de fans, entre muchos otros) que se asocian muy poco o nada con ningún tipo de movimiento social.

Para Rosa María Alfaro (2004) la asociación entre los términos desarrollo y comunicación ha sido construida

“pragmática y hasta forzadamente, sin que exista mayor parentesco entre ambas nociones, tanto a nivel teórico como estratégico y práctico. Si bien el desarrollo es básicamente una intervención social transformadora de la realidad y de carácter integral, debiendo comprometer a diversas disciplinas, ha sido la economía y la sociología como miradas profesionales las que han obtenido mayor peso en su definición. Desde ellas se ha organizado su interpretación y enunciación específicas para cada país o región, como también se incentivaron discusiones y confrontaciones entre diferentes opciones o modelos de aplicación, incluyendo la perspectiva crítica” (Alfaro, 2004, pág. 18).

Para la autora dicha asociación ha sido, desde un inicio, desigual pues ‘desarrollo’ fue “pensado como políticas de transformación social frente a una realidad reconocida como desigual” (pág. 18) y ‘comunicación’ fue simplemente expresada como “herramienta de acción definiéndose así un lastimoso ingreso instrumental” (pág. 18).

1.1.4 Medios ciudadanos, comunicación para el cambio social

Clemencia Rodríguez (2001) ha desarrollado el término de ‘medios ciudadanos’; en su trabajo *Fissures in the Mediascape (2001)* construye, a partir del análisis de casos, este concepto. En el texto la autora propone, desde una reflexión conceptual basada en el análisis de lo que pasa en la realidad (estudios de caso), una nueva propuesta para América Latina y para el mundo. La ‘comunicación

ciudadana' no se refiere a la comunicación de algunos grupos; ni de los populares, ni de los alternativos, ni de los que funcionan comunitariamente, ni siquiera de aquellos marginales en los que pareciera radicar la necesidad de un cambio social. Es una iniciativa de la sociedad civil con una búsqueda principal: la de darle vida a la ciudadanía comunicando las diferentes instancias de la sociedad, aquellas que integran a la sociedad civil -tanto organizaciones sociales como entidades privadas- y a éstas con el Estado. Por su parte, el investigador Alfonso Gumucio expone en el libro *Haciendo olas* el concepto de comunicación para el cambio social. Este tipo de comunicación involucra organizaciones sociales comunitarias, genera una apropiación total del medio y desarrolla experiencias donde muchas veces resulta más importante el proceso comunicativo que el 'producto final' como tal que realice. Para Gumucio

“... lo extraordinario en la comunicación participativa es que puede adoptar diferentes formas, de acuerdo a las necesidades, y que no es posible imponer un modelo único sobre la riqueza de perspectivas y de interacciones culturales” (Gumucio, 2001, pág. 8).

Este investigador ha equilibrado el trabajo de campo con el teórico, al igual que la investigadora Rosa María Alfaro (2000) quien expone la necesidad de buscar y redefinir esos 'otros' medios haciendo una reflexión y un exhaustivo balance de los procesos vividos por todos los 'sectores' en los últimos treinta años:

“... Es importante hacer memoria y rescatar aquellos aspectos que siguen siendo válidos para identificar las rutas del futuro. Igualmente, requerimos de puntualizar y analizar dónde estuvieron las fallas y los vacíos, todo aquello que hoy no tiene sustento teórico, ni ético, ni de viabilidad práctica. Finalmente, necesitamos repensar una comunicación nueva y liberadora, en profundo diálogo con las utopías sociales y políticas que hoy empiezan a discutirse” (pág. 1).

Para Alfaro (2000) lo importante son los procesos de transformación de la comunicación, en el caso de esos 'otros' medios es importante evaluar el paso de una comunicación 'popular' a otra más 'ciudadana'.

1.2 Medios comunitarios

La autora Frances Berrigan (1981) afirma, casi veinte años atrás, que la comunicación llamada 'comunitaria'

“ha de ser algo más que una programación concebida para grupos seleccionados o especiales. Aspira a basarse en algo más que en las necesidades e intereses supuestos de su público. Los medios de comunicación comunitaria son una adaptación de los medios de comunicación en general, para su uso por la comunidad y para cualquiera de los objetivos que decida ésta. Se trata de unos medios de comunicación a los que tienen acceso los miembros de esa comunidad, con fines de información, educación o esparcimiento, cuando necesitan ese acceso. Se trata de unos medios de comunicación en los cuales participan los habitantes como planificadores, productores o intérpretes. Son el instrumento de expresión de la comunidad, más que para la comunidad” (Berrigan, 1981, págs. 7-8).

Pues es un 'tipo de comunicación' que termina designando un intercambio de puntos de vista, para ella lo fundamental de este tipo de medios es que tengan claro el concepto de 'desarrollo'.

Algunos autores afirman que lo 'comunitario' ha terminado por 'imponerse' sobre los demás términos (alternativos, populares, ciudadanos, entre otros). Para el investigador John Downing (2010) 'medioscomunitarios' es “un término que sigue teniendo el tono de romanticismo empalagoso asociado a la palabra comunitario” y

que el propio término de ‘comunitario’ se asocia a lugares y momentos diferentes dependiendo de la geografía y el contexto, comunitario-comunidad internacional, comunitario-comunidad entendida como el barrio, la comuna, lo local, comunitario entendido como un conjunto de ciudadanos, comunitario como opuesto a privado, estado, comercio, etc.

Además de medio comunitario, la expresión ‘medios independientes’ es un término que *“Chomsky y Herman emplean, y que tiene una motivación ante todo retórica, específicamente la de cuestionar las frecuentes alegaciones de que los medios de prensa, en estados libres y capitalistas, en países como Estados Unidos”* (Downing, 2010, pág. 4), al referirse mayormente hacia los medios de la prensa, se despoja a una amplia diversidad de medios de las bases y expresiones culturales.

1.3 Simplemente los ‘otros’

Amparo Cadavid (2007) cita a Rosa María Alfaro, a propósito de estos ‘otros’ medios:

“Podríamos encontrar obras que desde uno y otro lado han pensado este campo y esta actividad, aportando elementos conceptuales y análisis valiosos. Entre ellos, Rosa María Alfaro, quien en su último libro: *Otra brújula, innovaciones en comunicación y desarrollo* sintetiza el camino que ha recorrido la comunicación en América Latina cuando se ha unido a la necesidad de construir tejido social, de resistir a las dominaciones, de transformar las condiciones de vida, de contar las historias y relatos de quienes no aparecen en los medios convencionales” (Cadavid, 2007, pág. 3).

Según la autora estos medios llamados 'participativos' y 'comunitarios' se deben definir para que se consideren realmente una "fuerza en la transformación de la sociedad" (pág. 21) y esta definición debe ir más allá del concepto de 'alternativos' frente a las llamadas formas 'hegemónicas y dominantes'.

Volviendo a los planteamientos de John Downing (2010) el autor desarrolla, además, el término de 'nanomedios'; para él es fundamental que se empiece a comprender "... el enorme impacto que las nanotecnologías suponen en nuestro mundo actual y a quitarse la obsesión con el poder de los grandes medios" (pág. 1). Los nanomedios incluyen, según el autor, "música popular, el baile, el teatro callejero, el *graffiti*, los murales y la vestimenta, con los medios impresos, la prensa escrita, la radiodifusión, la televisión, las películas e Internet" (pág. 2), así como sucesos de diferentes épocas históricas. Downing analiza varios de los términos usados para definir a los 'otros' (tácticos, populares, alternativos, ciudadanos, de participación, etc.) de manera breve, pero enfoca su análisis en tres: medios en red, medios de movimientos sociales y medios comunitarios. Para él "alternativos resulta desde cierta perspectiva una denominación insípida, pues todo resulta una alternativa a algo" (pág. 3) aunque afirma que para el investigador Chris Atton la vaguedad misma del término provoca conocer el hecho de que las costumbres cotidianas están llenas de expresiones de medios alternativos. Downing (2010) afirma coincidir con el boliviano Alfonso Gumucio al estar en contra de los académicos que producen "definiciones absolutas de realidades sociales" (pág. 6).

El campo de los estudios de comunicación y cultura en América Latina ha planteado sus hipótesis y afirmaciones desde una actitud siempre crítica y cuestionadora; dicha actitud ha hecho de esta una región pionera en el avance de los ‘otros’ medios. A pesar de los avances mencionados, los autores consultados plantean que Latinoamérica necesita trabajos históricos sobre estos ‘otros’ medios que “hacen resistencia a la comunicación dominante, y que la han hecho desde siempre” (Cadavid, 2007, pág. 4). Aunque existen algunos casos aislados, de todas maneras las aproximaciones históricas son escasas y su *“conceptualización dentro de la sociedad de la información y el mundo globalizado, no llega, como en otros casos a tener más de un cuarto de siglo”* (pág. 4)

Estos ‘otros’ medios, a través de diferentes épocas y contextos, se han relacionado con procesos educativos, políticos, culturales, de desarrollo social, etc. Por ejemplo, en cualquiera de los entendimientos del desarrollo, la comunicación ha estado presente. Esta relación desarrollo–comunicación ha sido estrecha y ha evolucionado conjuntamente, a cada concepto de desarrollo le ha correspondido una manera de entender la comunicación y practicarla. El debate sobre esta relación desarrollo–comunidad siempre se ha considerado importante y necesario, arrojando una importante bibliografía de estudios de la comunicación en toda América Latina que han

“... profundizado en ello, liderando la investigación a nivel mundial, analizando el camino recorrido y lo que cada etapa ha significado. Sigue siendo un tema puesto sobre la mesa, en la medida en que el desarrollo sigue estando a la carta del día. Por supuesto, el debate corresponde a lo que ha sucedido en la realidad, y lo que ha pasado es que siendo América Latina uno de los laboratorios del desarrollo, especialmente de los Estados Unidos, el tema es tan candente como candente han sido los propósitos, los esfuerzos, las inversiones y las

energías consumidas en “hacer desarrollo y utilizar la comunicación como instrumento” (Cadavid, 2006, pág. 4)

El papel de Jesús Martín Barbero ha sido y sigue siendo fundamental en muchos aspectos relacionados con los estudios sobre comunicación, entre muchas más investigaciones, construyó una comprensión de la comunicación dentro de la cultura, su texto *De los medios a las mediaciones* se convirtió en un verdadero clásico, Amparo Cadavid afirma

“... de qué manera el accionar de los medios está mediado por la cultura de la cual hacen parte y sobre la cual actúan. Esta aparentemente simple formulación hizo dar un vuelco total en el pensamiento y la investigación en comunicaciones llevados hasta ese momento y redireccionó su rumbo” (Cadavid, 2006, pág. 7).

Estos autores y términos son solo una muestra, pequeña y parcialmente representativa, de los estudios e investigaciones que se adelantan en Latinoamérica respecto a los ‘otros’ medios, se puede observar la variedad de lugares desde los cuales se escribe, se hace, se experimenta lo que se está desarrollando en este campo de la comunicación, un ejemplo de esto se expone en la introducción del texto *Haciendo olas*, de Alonso Gumucio (2001):

“Capturar en el papel la esencia de la comunicación participativa es por definición un desafío engañoso. Recordando los trabajos de los que he sido testigo, he ayudado a dirigir, o de los que simplemente he hecho un seguimiento durante mi larga carrera en la comunicación, siento que los trabajos de naturaleza participativa más interesantes, desafían con frecuencia a la palabra escrita. Cuando conferenciantes o escritores razonablemente talentosos tratan de explicar qué es lo que cautiva tanto en esos trabajos—y por qué tienen un potencial tan grande para mejorar la vida de la gente—sus palabras parecen insuficientes.” (Gumucio, 2001, pág. 5)

Reconstruir la historia de los medios de comunicación latinoamericanos supone una tarea ardua, la amplia gama de perspectivas para llevar a cabo su estudio son complejas, "... la relación con el poder, su participación en el desarrollo de las culturas populares o su imbricación en el conjunto de las industrias culturales son sólo algunos de los múltiples enfoques posibles" (Mastrini & Becerra, 2001, pág. 1), es una tarea ardua pero constantemente necesaria, es la única manera en la que podemos parar un poco la mediatez en la que estamos viviendo, las emociones efímeras que nos generan hoy día los medios audiovisuales; es la única manera de crear memoria.

CAPÍTULO 2

2. LA TELEVISIÓN EN COLOMBIA

“La televisión se nos aparece como algo semejante a la energía nuclear. Ambas sólo pueden canalizarse a base de claras decisiones culturales y morales.”

(Umberto Eco)

2.1 La ‘caja mágica’ llega a Colombia

En mayo de 1954 un grupo de familias colombianas conocía por primera vez la televisión. Luego de multiplicarse en los hogares norteamericanos, el fenómeno de la ‘caja mágica’ comenzaba a extenderse por todo el mundo y Colombia no era la excepción. La televisión en Colombia nace oficialmente mediante el Decreto 3363 que crea la *Radio Televisión Nacional de Colombia* como Dependencia de la *Oficina de Información y Prensa de la Presidencia de la República*.

Los equipos estaban instalados, los televisores estarían próximamente a la venta, todo estaba listo. El 13 de junio de 1954 a las 8 p.m. se realizó la primera emisión desde un pequeño estudio improvisado en el sótano occidental de la Biblioteca Nacional, en Bogotá. Acompañaron la transmisión las notas del Himno Nacional, la portada del día del periódico El Tiempo y, por supuesto, la imagen de Rojas Pinilla, a quién se dedicó el contenido del programa y quien se dirigió a todos los colombianos y colombianas. La señal llegó a Bogotá y a zonas aledañas, por el canal 8 y a Manizales por el canal 10. Esta emisión duró casi cuatro horas. Los

primeros televisores llegaron al país en diciembre a través de Cartagena a bordo de un buque de la *Flota Mercante Gran-colombiana*, el general Rojas Pinilla había expedido un decreto para que las personas pudieran adquirirlos a través de créditos bancarios, las vitrinas estaban listas para la nueva mercancía.

“En el tratamiento del contexto latinoamericano y mundial se recuerda –para enfatizar que fue de los primeros- que Colombia fue el sexto país en Latinoamérica en instalar la televisión, después de Cuba, México, Venezuela, Brasil y Argentina, precisamente con la ayuda de directores, productores y camarógrafos cubanos, dos semanas antes de la inauguración definitiva se hicieron las primeras pruebas de transmisión ‘con una imagen impecable’, comentó la crítica” (Zapata, Ospina, 2005, pág. 7). Comentan las autoras del trabajo desarrollado a raíz de la celebración de los cincuenta años de la TV colombiana.

Aunque ya existía interés por las nuevas tecnologías, por parte de Rojas Pinilla, su visita a Alemania reforzó la idea de impulsar el desarrollo de la televisión en nuestro país. Para el general Rojas Pinilla esa ‘caja’ era la oportunidad de brindarle al país algo jamás visto, así como lo estaban haciendo algunos de sus colegas en Europa, un verdadero impacto que traspasara los conflictos sociales, políticos e ideológicos de la época y los centrara a todos en un solo objetivo.

El acto inaugural enfatizó que la televisión en el país sería un servicio prestado directamente por el Estado, pero la historia demostraría que además del Estado el servicio sería prestado también por la empresa privada. En el comienzo, la televisión nacional colombiana tuvo un carácter ‘estatal-cultural’ que poco a poco se fue modificando hacia un carácter ‘estatal-comercial’ y que hoy en día, según

algunos autores, pareciera que básicamente tiene un carácter 'comercial-comercial'.

¿Cómo explicar lo 'estatal-cultural-comercial'? El primer año de emisión los espacios televisivos fueron educativos, culturales, y pertenecieron de manera exclusiva al Estado. Un año después se comenzaron a concretar espacios de tipo comercial manejados por la Empresa de Televisión Comercial TVC, ésta tenía como socios a las cadenas radiales *Cadena Radial Colombiana CARACOL* y *Radio Cadena Nacional RCN*. Estas dos cadenas radiales ingresaban a la televisión con una historia interesante. En 1940 algunos empresarios se asociaron para crear las primeras emisoras radiales, como la *Emisora Siglo XX*; unos años más tarde estos empresarios vincularían a sus empresas para crear redes y sociedades que permitieran mayor ganancia económica y mayor cobertura. En 1947 se creó la *Sociedad de Emisoras Nuevo Mundo S.A*, sociedad que unía a personas particulares con empresas como *Coltejer*. Así comenzó el despliegue comercial de la radio pues las principales industrias como *Coltabaco*, *Cervecería Unión*, *Compañía Nacional de Chocolates*, entre otras, se unieron para crear emisoras como *Voz de Antioquia* o *Emisoras Nuevo Mundo*. En 1947 *RCO de Cali*, *La Voz* y *Nuevo Mundo* configuraron lo que luego se conocería como la *Cadena Radial Colombiana CARACOL*. Así, en 1949 nació *Radio Cadena Nacional RCN* como respuesta de otros empresarios a los que los unía el afán por competir con CARACOL. Lo que en un principio fue un convenio de *RCN* y *CARACOL* con la *Empresa de Televisión Comercial TVC* para facilitar espacios comerciales en la televisión los llevaría años más tarde a recibir el aval del Estado como emisores privados (*RCN Televisión* y *Caracol Televisión*).

Así se abrió el campo a la televisión comercial en Colombia. Nuestro país es un ejemplo claro de lo planteado por Guillermo Mastrini y Martín Becerra (2001), “han sido las empresas y no el Estado las que han asumido el desarrollo de la televisión en el continente” (Mastrini & Becerra, 2001, pág. 2). La programación variaba entre los habituales espacios culturales y educativos y los nuevos productos ofrecidos por las empresas, como los concursos. Cuando la empresa TVC (Caracol Radio y Radio Cadena Nacional, RCN) tuvo autorización por parte del Estado para dar inicio a la explotación comercial de algunos espacios de la televisión nacional, no hubo marcha atrás. Más de cincuenta años de historia han sido testigos de la constante búsqueda de la televisión por lograr un lenguaje que la unifique a los televidentes y los conserve a pesar de todo lo que ocurra.

Unos años después la comercialización televisiva era un hecho más, algo normal en manos del monopolio estatal que manejaba los canales y que en algunos casos particulares estaba liderado por los presidentes de turno; la programación la realizaban empresas privadas mediante la figura de la explotación comercial de los diferentes espacios. En la década de los sesenta la televisión se había introducido en “... gran parte de los hogares de la Región Andina. La intrincada geografía del país hacía difícil que la señal cubriera en su totalidad el territorio nacional, por lo cual regiones como la Costa Caribe, por ejemplo, sólo acceden a la televisión una década después” (Crawford & Flores, 2002, pág. 191).

La televisión colombiana funcionaba entonces dentro de un sistema mixto, es decir una mezcla de arreglos, políticas y acuerdos entre el Estado y la empresa privada; para algunos autores esto hacía que los sectores dominantes y los dirigentes de la

sociedad incrementaran y consolidaran formas permanentes de control social. ¿Qué tipo de programación ofrecía este sistema mixto? ¿Cuál era el papel de aquel que estaba frente al televisor? ¿Qué idea o concepto tenía el colombiano de la televisión en los primeros veinte años de existencia de este medio en el país? Los primeros balances aparecían en diversos sectores, diferentes versiones de un mismo fenómeno hablaban de la profunda centralización de los primeros productos propios, melodramas cuyos protagonistas bogotanos dejaban por fuera al resto del país, la amplia copia de modelos de programación extranjeros, la tardía apertura hacia las diferentes regiones en el país y su complicado proceso por las condiciones geográficas y tecnológicas, entre muchos otros.

2.2 Televisión regional

Treinta años más tarde, en 1984, la televisión en Colombia entró a una nueva etapa. Las reflexiones acerca de este medio de comunicación se centraban en la necesidad de un estatuto regulador para la televisión y la falta de unas reglas claras; se decía que había demasiada politización y demasiados comerciales. En medio de estas necesidades surgía la creación de los canales de televisión regionales, a través del Decreto 3100 de 1984, realizado por el Ministerio de Comunicaciones:

“En uso de sus facultades, considerando: Que se hace necesaria la incorporación de los medios masivos de comunicación a los procesos de desarrollo y formación educativa, cultural, informativa y recreativa, de acuerdo con las condiciones socio-culturales de las regiones colombianas; que el desarrollo social, armónico y organizado de acuerdo con las condiciones geográficas y el volumen de la población de los departamentos y regiones del país, se puede impulsar, utilizando la televisión como herramienta de comunicación de la mayor eficiencia; que es política del Gobierno Nacional realizar

todos los esfuerzos necesarios con el fin de propender al fortalecimiento de los valores e idiosincrasia de los diversos grupos sociales y culturales del territorio nacional, decretaba autorizar la creación de cadenas o canales regionales de televisión para los diversos departamentos y regiones del territorio colombiano.”

Teleantioquia, Telecaribe, Telepacífico, Telecafé, Canal TRO, aparecen en la escena nacional en diferentes momentos, con algunos procesos comunes y otros muy diferentes, con las particularidades propias de las condiciones económicas, políticas y tecnológicas de cada región. Puede que teóricamente su propósito común sea satisfacer las necesidades de comunicación audiovisual y de

“construcción de escenarios de expresión autónoma de cada una de las regiones del país, fortalecer los valores de los distintos grupos humanos y contribuir con los procesos de democratización de la información y acceso a los bienes culturales locales, nacionales y universales” (Crawford & Flores, 2003, pág. 6).

A medida que los canales regionales se iban consolidando se abrían otras posibilidades para la televisión en Colombia. Primero, existían canales nacionales, luego se habían gestado los regionales y ahora aparecía, en 1985 y bajo el gobierno de Belisario Betancur, la posibilidad de prestar el servicio de televisión por suscripción, un paquete de canales nacionales e internacionales definidos y agrupados en una programación. La televisión por cable, o televisión por suscripción, se presta a los consumidores a través de señales de radiofrecuencia que se transmiten a los televisores por fibra óptica o cables, diferente a la radiodifusión televisiva tradicional que se emite a través de ondas de radio y requiere una antena de televisión. Mediante licitaciones se recibieron más de quince propuestas y se le otorgó la prestación del servicio a la empresa TV Cable, de propiedad de la Compañía Datos y Mensajes –de la familia Pastrana- y el Grupo El Tiempo –de la familia Santos-. En 1987 llegó a las pantallas de los

colombianos la variedad de canales y programación de la televisión por suscripción, ahora no solo se tenía acceso a lo nacional o regional, las posibilidades se ampliaban a observar qué ocurría en otros países.

2.3 Los noventa, una década decisiva

En 1990 el Congreso de la República aprobó una nueva legislación sobre televisión que apuntaba a fomentar la industria. Así, poco a poco, el sistema mixto Estado-empresa se estaba transformando. Luego, la Constitución Política de 1991, fijó los lineamientos básicos a seguir por la televisión colombiana, entre ellos, la intervención del Estado ante prácticas monopolísticas, la búsqueda de igualdad de oportunidades en el acceso al sector, la garantía en el pluralismo informativo (derecho a informar, derecho a ser informado, libertad de expresión) a través del Artículo 75 de 1990:

“El espectro electromagnético es un bien público inajenable e imprescriptible sujeto a la gestión y control del Estado. Se garantiza la igualdad de oportunidades en el acceso a su uso en los términos que fije la ley. Para garantizar el pluralismo informativo y la competencia, el Estado intervendrá por mandato de la ley para evitar las prácticas monopolísticas en el uso del espectro electromagnético”,

la independencia en el manejo de la televisión mediante la creación de la Comisión Nacional de Televisión –CNTV-, un órgano rector independiente que debía estar dotado de autonomía administrativa, patrimonial y técnica, como quedó escrito en el Artículo 77 de 1991:

“La dirección de la política que en materia de televisión determine la ley sin menoscabo de las libertades consagradas en esta

Constitución, estará a cargo del organismo mencionado. La televisión será regulada por una entidad autónoma del orden nacional, sujeta a un régimen legal propio. La dirección y ejecución de las funciones de la entidad estarán a cargo de una junta directiva integrada por cinco (5) miembros, la cual nombrará al director. Los miembros de la junta tendrán un periodo fijo. El gobierno nacional designará dos de ellos. Otro será escogido entre los representantes legales de los canales regionales de televisión. La ley dispondrá lo relativo al nombramiento de los demás miembros y regulará la organización y funcionamiento de la entidad”,

Estas normas, entre otras, se convertían en pautas que beneficiaban a ciertos sectores y que terminaban por frenar el desarrollo de otros.

Antes de la creación de la Comisión Nacional de Televisión las modalidades del servicio televisivo en el país estaban distribuidas en: canales nacionales, canales regionales y televisión por suscripción. La Comisión nacional de Televisión nace en 1995 cumpliendo con el mandato constitucional de 1991 que expresaba la necesidad de crear una entidad autónoma que vigilara la televisión nacional. La Ley 182 de 1995 permite su funcionamiento; además, se establecen regulaciones sobre la programación y se establecen los mecanismos para la creación de medios de comunicación, esto da paso a canales privados, locales y comunitarios. Además, esta Ley promueve la industria televisiva, establece normas para la contratación de servicios y se reestructuran entidades del sector. El servicio de televisión queda especificado en función de estos criterios: Tecnología de transmisión (radiodifundida, cableada y satelital), Usuarios (abierta y por suscripción), Orientación de la programación (comercial y de interés público) y Nivel de cubrimiento (internacional, nacional, zonal, regional y local), según lo expuesto por los autores consultados.

En 1996 el Congreso expidió la Ley 335, que modificó parcialmente la Ley 182, se creó la televisión privada y se dictaron otras disposiciones. La Comisión Nacional de Televisión CNTV quedó facultada para determinar los requisitos, mecanismos y procedimientos que debían cumplir los aspirantes a ser concesionarios de los espacios de televisión.

Luego, la CNTV expidió en 1996 el Acuerdo 006, en él ajustaba a más de trescientos operadores de antenas parabólicas que para ese año ya habían cableado más del sesenta por ciento del país; por fuera de este ajuste quedaron más de mil quinientos operadores. El debate sobre la creación, el uso y las licencias para cable-operadores se abrió y encendió en el país. Persecución, discriminación, inconstitucionalidad, corrupción, fueron las palabras relacionadas con la prestación de este servicio.

En 1997 se creó en el país la televisión por suscripción mediante el Acuerdo 14, en él se adopta el Plan de Promoción y Normalización de dicho servicio y se dictan otras disposiciones. Ese mismo año, por medio del Acuerdo 024 se reglamenta la prestación del servicio de televisión en dos modalidades nuevas, a nivel local y sin ánimo de lucro. Las empresas de parabólicas sufren un proceso de altibajos, la CNTV crea acuerdos para 'normalizar' su funcionamiento, luego deroga dichos acuerdos, luego facilita nuevamente los procesos y así suceden situaciones complejas durante algunos años más.

En el transcurso de los últimos quince años, la televisión emprendió su mayor cambio estructural. En los noventa funcionaba un sistema mixto en el que dos

cadenas estaban formadas cada una por doce programadoras privadas, arrendaban espacios, comercializaban y producían, pero este sistema comenzó a modificarse y a desmontarse. El Estado, que invertía en infraestructura tecnológica y otorgaba espacios a concesionarios dueños de programadoras, realiza una apertura hacia una nueva figura: Canales Privados; para ser más exactos, dos canales privados pertenecientes a los dos mayores monopolios económicos de Colombia, el Grupo Santo Domingo y el Grupo Ardila Lulle.

En 1998 comienza a funcionar la modalidad de televisión privada en el país, Caracol TV y RCN TV son los ganadores de las licitaciones en audiencia pública; además, se presentan propuestas para crear canales privados locales; luego de la presentación de varios candidatos de diferentes zonas del país se realiza la selección. En el caso de Bogotá, la CNTV adjudica a la Casa Editorial El Tiempo el permiso para crear el canal para Bogotá; por esta concesión deben pagar catorce millones de dólares. En 1999 se expide el acuerdo 006 que da vía libre a las comunidades organizadas que estaban funcionando con el acuerdo 006 de 1996 para que puedan emitir hasta siete canales codificados y puedan realizar producción propia.

Estos cambios en el sistema (de mixto a privado) son regulados y estudiados solo desde ciertas perspectivas, análisis económicos y tecnológicos, pero sin analizar los posibles efectos negativos o positivos de dichos cambios. Sucedió, en el caso de las programadoras, que muchas de ellas no encontraron otra manera de sostenerse que someterse a las leyes de los canales privados y muy pocas lograron sobrevivir, algunas se convirtieron en productoras de estos canales. Atrás

quedó una larga historia de tradicionales programadoras y de espacios que quedaron grabados en la memoria del país, tal vez acá quepa la pregunta de cuánta de esa memoria tenemos presente, cuánto la cultivamos y cuánto la reconocemos, no solo en el caso de las programadoras o en el caso de la televisión, también con tantas personas que han pasado por las cámaras, cuántas voces por los micrófonos y cuántas historias guardadas en los archivos y videotecas a lo largo del país.

El próximo capítulo abarca de manera general algunas historias y puntos de vista sobre los medios de televisión comunitarios en Colombia, un panorama lleno de contrastes enriquecen las reflexiones y experiencias tanto de los que investigan y estudian el tema, como de los que viven en primera persona el desarrollo de un proyecto de esta categoría.

CAPÍTULO 3

LA TELEVISIÓN COMUNITARIA EN COLOMBIA

3.1 Los comienzos

Para muchos autores la historia de los medios comunitarios colombianos comienza prácticamente en los ochenta, en 1985, cuando aparece el sistema de parabólica y la televisión por suscripción, que permitieron el acceso de los colombianos a la televisión realizada alrededor del mundo. El momento tecnológico era apropiado pues el uso del satélite para la transmisión de información, el desarrollo y disminución de los costos de los equipos de distribución y recepción facilitaban el proceso. El momento político parecía ser el adecuado con la descentralización política y administrativa que iniciaba y que les daba a los alcaldes una mayor autonomía en el manejo del gasto público. Para María Patricia Téllez (2005), desde el punto de vista político, los alcaldes deciden dar el paso e incursionar en este medio audiovisual, algunos con la posibilidad de convertirlo

“en un importante mecanismo de participación ciudadana. Otros, como suele suceder, acudirán a él con fines proselitistas y electoreros, pero tanto los primeros, amparados por intenciones solidarias, como los segundos deberán recoger estas necesidades de la comunidad a través de este medio de comunicación.” (Téllez, 2005, pág. 143)

Mientras el desarrollo tecnológico ocurría a gran velocidad, el tema de la legislación en los ochenta y noventa avanzaba lentamente. Debido a la

inexistencia de unas reglas de juego claras, la televisión comunitaria, afirma Téllez, vivió durante aproximadamente quince años ‘una especie de limbo jurídico’ y mientras la televisión comunitaria pasa por este proceso el Congreso de la República aprobaba una nueva legislación sobre la televisión que apuntaba a fomentar la industria televisiva, ampliando los períodos de las concesiones a seis años con el fin de brindar estabilidad a las empresas dedicadas a la televisión. En 1986 particulares montan las primeras antenas parabólicas, por primera vez se ve en el país señales diferentes, las primeras redes de cable son instaladas en Antioquia y posteriormente de manera simultánea en todo el país.

3.2 Un paso decisivo, 1991

La Constitución de 1991 consagra como principio constitucional el derecho a fundar medios de comunicación, es decir, permite establecer en el país el derecho a crear medios de comunicación unidos al “*espíritu de democratización descentralización y participación*” de dicha Constitución. Este paso dado por los colombianos define y posibilita un escenario propicio para el posterior desarrollo de la legislación en medios comunitarios. En la nueva relación Estado–sociedad que se establece en la Constitución, los medios comunitarios van a jugar un papel muy importante relacionado con la participación ciudadana. La televisión comunitaria se ve presuntamente fortalecida por dicha constitución, pero, debido a la ‘tradición de exclusión’, que se actualiza y reconfigura permanentemente, en algunos casos se silenciaron proyectos que otorgaban a las comunidades espacios de reconstrucción de identidad.

En 1995, en la Ley 182, *Ley General de la Televisión*, se establecen las modalidades del Servicio Público de Televisión. Las televisiones comunitarias se definen como el

“servicio prestado por las comunidades organizadas sin ánimo de lucro con objeto de realizar y producir su propia programación para satisfacer necesidades educativas, recreativas y culturales. Este servicio deberá prestarse bajo la modalidad de televisión cerrada por uno o varios canales de la red. Así mismo, por razón de su restricción territorial y por prestarse sin ánimo de lucro, este servicio no se confundirá con el de televisión por suscripción”.

En términos generales este resulta convirtiéndose en un paso definitivo para el desarrollo de la televisión comunitaria en el país, aunque el origen de este tipo de televisión no escapa de lo planteado en los capítulos anteriores: aspectos tecnológicos, sociales, mediáticos y geográficos se tejen siempre en complejas tramas, el Estado dirá que tiene la razón, los proyectos comunitarios y colectivos dirán que son ellos quienes tienen la razón, aquí pareciera no haber espacio para la certeza, ni para la verdad absoluta sobre el tema.

Patricia Téllez (2005) afirma que, además del aspecto político y el desarrollo social, otro elemento que sirve de marco de referencia para entender la existencia ‘tardía’ de los medios comunitarios en el país se relaciona con el carácter del sistema televisivo *estatal–comercial* en donde, por más de cuarenta años, los particulares explotaban casi a su antojo un monopolio del Estado. Para la investigadora esta fórmula resulta un gran obstáculo para el “desarrollo de una verdadera industria televisiva y de una televisión democrática y participativa que verdaderamente posibilitara la visibilidad de diversos actores sociales.” (Téllez, 2005, pág. 143)

3.3 Señales de humo

1997 y 1998 son años llenos de procesos y noticias fundamentales. En 1997 la Comisión Nacional de Televisión CNTV expide tres acuerdos importantes: 1. Acuerdo 014, en él se realizan ajustes sobre el uso de las antenas parabólicas que buscaban legalizarse de manera privada, así, se crea en Colombia la televisión por suscripción. 2. El Acuerdo 024, que le da vida a la Televisión Local con y sin ánimo de lucro. 3. El Acuerdo 006 que nace con el fin de normalizar mil entidades de parabólicas que estaban ‘en el aire’, este se derogó unos meses después. De algunos de ellos se profundiza la información más adelante.

En 1997, con la investigación liderada por Enrique Rodríguez, Luis Fernando Barón y Julián Tenorio, surgía el primer diagnóstico sobre el tema en el país. *Señales de humo* aparecía como “la primera gran esperanza de visibilizar qué estaba ocurriendo cinco años después de que saliera a la luz la Ley 182, la Ley General de la Televisión” (Téllez, 2005,pág. 3) Ese mismo año se realiza en Cundinamarca un encuentro de televisiones locales y comunitarias, como resultado de este evento se crea un “*Comité de Impulso Nacional para esta modalidad y se establece lo que podría ser considerado el primer plan de acción para la misma*”(Téllez, 2005,pág. 3), así como la necesidad de realizar un diagnóstico que arrojara resultados sobre la realidad de este tipo de televisión en Colombia.

Señales de Humo realizó una encuesta muy completa a nivel nacional que abarcó aspectos relacionados con el funcionamiento del canal a partir de la ubicación geográfica del mismo, la organización interna, infraestructura y programación,

entre otros. Los resultados mostraron la multiplicidad y diversidad de experiencias, tejidos de identidades territoriales que aparecían como producto de procesos organizativos en ámbitos económicos, políticos y culturales. Los procesos de legislación han sido elementos propicios para el desarrollo de todas estas experiencias a la vez que han sido determinantes en el estancamiento y desarticulación de las mismas.

De los aproximadamente cuatrocientos canales detectados en la investigación de *Señales de Humo* en el 2005 solo existían sesenta autorizados por la Comisión Nacional de Televisión y más o menos cien en trámite.

La investigación de *Señales de Humo* se realizó mientras los canales comunitarios se adaptaban a la creación de la CNTV y a las exigencias del Acuerdo 029 de 1997 de la CNTV, el cual reglamentaba la prestación del servicio de televisión en el nivel de la televisión comunitaria sin ánimo de lucro. Según el Acuerdo, televisión comunitaria es

“el servicio de televisión prestado por las comunidades organizadas sin ánimo de lucro, para auto-servirse de la televisión nacional de internacional y de la producción propia desarrollada por ellas. El servicio de televisión en el nivel comunitario se realizará bajo la modalidad de televisión cerrada, utilizando cable físico y será como está establecido por la ley, sin ánimo de lucro. Podrá emitir por el número plural de canales que su cableado le permita. Podrá en primer término emitir programación de producción propia, por uno o varios canales en las condiciones que adelante se indican. Deberá, además, distribuir la programación de los canales nacionales de operación pública: Señal Colombia, Cadena Uno y Canal A, y la programación de los canales regionales, por sendos canales, sin interferencia ni interrupción de ninguna clase, y sin deteriorar la calidad originaria.”

El Acuerdo puso en aprietos a muchos proyectos comunitarios,

“podrá distribuir las señales incidentales, no codificadas, que capten, sin interrupción y podrá distribuir también las señales internacionales codificadas cuyo pago de los derechos de autor compruebe ante la CNTV haber satisfecho a los programadores originarios, pudiendo trasladar esos costos a usuarios.” (Acuerdo 029, de 1997)

Mientras a los canales privados se les facilitaban y concedían toda clase de arreglos para su funcionamiento, los proyectos de televisión comunitaria debían encontrar la manera de cumplir una larga lista de requisitos.

En 1998 la Comisión Nacional de Televisión convocó en Cartagena a un gran foro sobre canales comunitarios. La presentación de la legislación por parte de la Comisión mostraba la intención de dificultar, desde lo jurídico, el trabajo de los canales locales comunitarios. Livingston Crawford y Pamela Flores (2002) comentan sobre la experiencia de los medios comunitarios en el Caribe que dicha presentación se hizo de manera rápida en la última sesión, evitando espacios para la participación, el diálogo y la concertación.

En 1999 la CNTV expide el Acuerdo 006, donde nuevamente se modifican las reglas de juego para la prestación del servicio de televisión comunitaria en Colombia:

“Es el servicio de televisión prestada por las comunidades organizadas sin ánimo de lucro, con el objeto de realizar y producir su propia programación para satisfacer necesidades educativas, recreativas y culturales. Este servicio deberá prestarse bajo la modalidad de televisión cerrada, por uno o varios canales de la red. Así mismo, por razón de su restricción territorial y por prestarse sin ánimo de lucro, este servicio no se confundirá con el de televisión por suscripción.”

Esta legislación ‘amarró’ y dificultó el camino de los canales comunitarios, los situó por fuera del marco jurídico; para la mayoría de ellos resultó de extrema dificultad cumplir con los requisitos necesarios para obtener la licencia, así como las

restricciones creadas en materia de comercialización hicieron casi imposible su financiación. De ahí que desde el mismo marco jurídico y sus implicaciones tecnológicas se hayan establecido los lineamientos para debilitar los procesos comunitarios, al legislar que dichos canales transmitieran su señal por cable. El que las televisiones sin ánimo de lucro hayan quedado en poder de empresas privadas asociadas al negocio de la televisión por cable prueba la difícil relación entre el Estado y los medios comunitarios en el país. La preocupación generalizada de estos medios estuvo centrada en aspectos legislativos, las maneras como se relacionaban con la CNTV para el cumplimiento del Acuerdo vigente en esa fecha, el 006 de 1999. Muchos expresaban la imposibilidad de cumplir con la exigencia de catorce horas semanales de programación propia y las restricciones hacia “aspectos como la recepción de señales, la carga tributaria – excesivamente costosa para la mayoría- que incluía pagos a la CNTV, a Sayco y Acimpro, a la DIAN, entre otros”(Téllez, 2005, pág. 150)

3.4 Se amplía el campo de visión

En el 2000 Inravisión presenta el *Proyecto Nacional de Cultura y Educación por Medios Masivos de Comunicación*, que más de cien instituciones gubernamentales y no gubernamentales trabajan para darle un norte a los contenidos, entre otros, de la cartelera de programación de Señal Colombia. Ese mismo año El Ministerio de Cultura realizó una convocatoria abierta a las llamadas *Mesas de Medios Ciudadanos y Comunitarios*, cuyo objetivo era establecer en ellas líneas de políticas que en ese momento enriquecieran la formulación del Plan

Nacional de Cultura, uno de los proyectos bandera del Ministerio en ese momento. Ese mismo año se crea el *Consejo Nacional de la Cultura, las Artes y los Medios de Comunicación Ciudadanos*; además, aparecen en escena dos resoluciones en las que por primera vez se reconoce a estos medios como ‘*expresión cultural de la nacionalidad colombiana*’. Los integrantes del Consejo trabajan en la formulación de un plan de trabajo y unos proyectos que se deben desarrollar, buscando que este organismo se convirtiera en un espacio propicio para la construcción de una ciudadanía verdaderamente democrática en el país. Se organizaron en mesas de trabajo y comenzaron un análisis frente a temas como la sostenibilidad, por ejemplo, donde se reconocía la importancia de trabajar en la

“consolidación de verdaderas empresas sociales mediante el mejoramiento, entre otros aspectos, de su gestión administrativa, del sentido que tiene el hecho de pertenecer a una comunidad, asimismo en el diseño y la ejecución de proyectos de comunicación que aparezcan como soporte del canal” (Téllez, 2005, pág. 149)

y la programación, donde los medios comunitarios solicitaban capacitaciones sobre la comprensión de lo que es un canal comunitario como tal y la oferta de programación del mismo, así como tener claras las maneras como se construye una parrilla, la ubicación de las franjas de la misma, la manera de construir audiencias, etc.

En el 2000, el investigador Christoph Dietz afirmaba que en los últimos quince años las antenas parabólicas habían proliferado enormemente en Colombia, especialmente en las ciudades medianas y pequeños municipios; empresarios u organizaciones comunitarias habían instalado antenas parabólicas distribuyendo las señales por cable a su pueblo. A nivel general los canales comunitarios eran

considerados importantes medios de expresión, intercambio y participación de la comunidad; por eso eran vistos como un 'elemento importante para el fortalecimiento de la democracia' pero, a pesar de esto, aún existían muchos vacíos de información acerca de la calidad o cantidad de los mismos.

Los estudios e investigaciones sobre el tema arrojaban resultados diferentes, las percepciones frente al desarrollo de los canales variaban mucho, el desarrollo de estos canales era más fuerte en ciudades intermedias que en municipios pequeños y, respecto a sus objetivos, le dan mucha importancia al desarrollo cultural y educativo a pesar de que en algunos casos no existía claridad sobre la concepción de programación que correspondiera con dichos objetivos. A nivel financiero las bases de muchos canales eran bastante débiles, a nivel administrativo y legal existía mucha inexperiencia y algunas carencias, sobre la programación, aunque existía producción propia, ésta se hacía con recursos muy limitados, centrándose en la creación de magazines y noticieros.

Las investigaciones sobre los canales de televisión comunitarios crecían cada vez más, eran más exhaustivas, detalladas y completas y, a pesar de las restricciones para su funcionamiento, despertaban el interés de muchos académicos e investigadores. En el 2003, Pamela Flores y Livingston Crawford publican una investigación llamada *El totalitarismo frente a la identidad como proyecto en los medios comunitarios*. Este trabajo aborda la importancia de la televisión comunitaria en Colombia para la construcción de identidad y de vínculo social en comunidades marginadas. Describen además el marco jurídico de la televisión, muestran cómo la Ley 182 de 1995 imposibilitó estos medios y luego se emitió una

nueva ley que no los reconoce. Como hipótesis queda planteado que en la medida en que éstos abandonan concepciones de identidad basadas en la tradición por conceptos más dinámicos y produjeron un vínculo social fundado en dinámicas de asociación, el Estado creó el marco jurídico para abolirlos, siguiendo la tradicional exclusión de los ‘grandes monopolios latinoamericanos’, para Crawford y Flores (2003)

“las televisiones comunitarias constituyen uno de los ámbitos privilegiados desde donde los sectores marginados han trabajado para reconstruir sus relatos desde un concepto dinámico de la identidad que reflexione sobre el pasado y reoriente el futuro, lo cual ha posibilitado a las comunidades un mayor control sobre el devenir y nuevas concepciones sobre su papel en la consecución de mínimos de “vida buena”. (Crawford & Flores, 2003, pág. 256)

En el 2004 Julio Benavides plantea algunos interrogantes necesarios y apropiados respecto a los medios comunitarios en Colombia: ¿qué los hacía distintos a los medios de comunicación comerciales? ¿De qué particularidades quedaban investidos estos medios al contar con el apellido comunitarios?, entre otros. Para el autor era necesario

“articular unas dinámicas que crearan las condiciones para hacer viable un proyecto de afianzamiento de unas experiencias de radio y televisión comunitaria que acogieran la ambigüedad, pero también, la necesaria discusión sobre qué es lo comunicativo comunitario.” (Benavides, 2004, pág. 2)

Tradicionalmente, una ruta en la definición de lo comunitario o lo popular ha pasado, y aún pasa, por plantearse como lo opuesto a lo que los medios masivos hacen. El fundamento principal para sostener este argumento es el carácter y la finalidad comercial de los medios de comunicación masivos, que resulta distinta de las necesidades de una comunidad. El problema principal de esta definición es

que se afirma por negación, es decir, 'eso es lo que no somos', pero ¿qué somos? ¿Es la finalidad o el objetivo comercial la única coordenada para decir qué es lo comunitario mediático? Un primer elemento para bosquejar un panorama de lo comunitario es la finalidad de servicio social con la que los gestores de medios comunitarios definen su presencia en la comunidad, con las diferencias del caso. Si se parte del conjunto de experiencias de medios comunitarios, los hallazgos son muy importantes, se puede hallar desde el esfuerzo por re-crear espacios para la convivencia en contextos donde la violencia o el conflicto armado se vive de manera cotidiana, también se pueden encontrar programas que hablan de la satisfacción y orgullo que sienten los integrantes de alguna comunidad, en fin, todo depende de los contextos de cada experiencia.

“Visto así, lo comunicativo comunitario cobra espesor en el carácter local de las experiencias, pues son iniciativas mediáticas que no nacen solo por la oportunidad brindada por una legislación; en mayor o menor medida, tienen una trayectoria como actores locales: gremios de trabajadores, grupos con carácter filantrópico, instituciones educativas con proyección hacia la comunidad, promotores de la defensa de la vida y, también, iniciativas que ven la posibilidad de contar con una emisora local con calidad 'broadcasting' en un contexto comercial. Y aunque se trata de modalidades diversas de inserción como comunitarios, lo interesante es que se proponen ser representativos de la comunidad local en la que se origina la experiencia.” (Benavides, 2004, pág. 4)

En mayo de 2005 se realizó un Foro llamado *Frente a la Globalización de la Desinformación, Medios de Comunicación Alternativos*, organizado por delegados de treinta y cinco medios alternativos, proyectos comunicativos y colectivos de trabajo, provenientes de siete regiones del país (Bogotá, Cali, Medellín, Manizales, área metropolitana de Bucaramanga, Cauca, Magdalena Medio y Norte de Santander). De él salió la siguiente declaración:

“Por la verdad informativa y la libertad de prensa y expresión, hoy constituimos la Coordinación Colombiana de Medios Alternativos (CCMA), un espacio abierto y plural para la confluencia de medios y proyectos alternativos de comunicación. Un espacio cuyo criterio principal es la socialización de la verdad y la defensa de la libertad de prensa y expresión, entre otras.”

La CCMA sigue activa, trabajando y sentando posiciones claras frente a las limitaciones que impone el Estado para desarrollar un verdadero trabajo comunicativo y la ayuda que reciben de organismos no gubernamentales para continuar el trabajo; así como la Coordinación existen otros colectivos que, con un ‘bajo perfil’, desarrollan importantes procesos comunicativos.

En la celebración de los cincuenta años de la televisión en Colombia hubo bombos, platillos, anécdotas, investigaciones sobre la influencia de la telenovela en los hogares colombianos, en las memorias colectivas, “infortunadamente no se hizo ninguna alusión a la modalidad de televisión comunitaria, una vez más ésta brilló por su ausencia” (Téllez, 2005, pág. 154).

En esa época, María Patricia Téllez (2005) ofrece una de las investigaciones más completas sobre comunicación comunitaria en el país, *La TV comunitaria en Colombia, entre la realidad y la utopía*; dicha organización abarcó con detalles elementos históricos, legislativos y tecnológicos, así como la caracterización de la misma, su evolución, los diagnósticos, hallazgos y limitaciones que sobre el tema se habían analizado hasta ese momento. Su visión, un poco más positiva que la de otros autores, incluye un análisis sobre el futuro mediano de este tipo de medios en Colombia:

“Resulta esperanzador y reconfortante, en este mundo globalizado, caracterizado por un proceso de aceleración histórica donde todo

pareciera girar alrededor de las llamadas tecnologías de la información y la comunicación (TICs), que el tema de los medios de comunicación comunitarios tenga todavía importancia, que todavía haya académicos preocupados por él y que además tenga acogida.” (Téllez, 2005, pág. 141)

El panorama ofrecido por la investigadora resulta reconfortante al afirmar que afortunadamente el tema en Colombia cada vez tiene más ‘dolientes’, “de él se ocupan entidades públicas, organismos no-gubernamentales, fundaciones, colectivos de comunicación popular conformados por hombres y mujeres” (pág. 141). Para Téllez (2005) la programación es un tema fundamental pues es el que le da vida a este tipo de proyectos, así como la financiación, pues la emoción frente a un proyecto comunitario nunca es suficiente, muchas experiencias no logran alcanzar mínimos niveles para sostenerse económicamente hablando, las soluciones llegan de diversas maneras, a través de colectivos o asociaciones pero esto no se presenta en todos los casos.

La televisión comunitaria en Colombia se regía básicamente por los Acuerdos 029 de 1997 y por el 006 de 1999, estos estuvieron vigentes hasta la expedición del Acuerdo 009 de 2006, éste último introducía importantes reformas sobre el funcionamiento de este tipo de medio de comunicación. En relación con la programación, el Acuerdo de 2006 obliga a las televisiones comunitarias a emitir programación propia durante un número determinado de horas que depende de la cantidad de asociados y del número de canales codificados que transmita. Según el Acuerdo 009, en Colombia funcionaban 106 televisiones comunitarias con registro legal ante la Comisión Nacional de Televisión.

Para la investigadora Clemencia Rodríguez el tema de la Televisión Comunitaria en Colombia es muy interesante:

“Colombia es el único país en el mundo donde hay una yuxtaposición de dos situaciones muy particulares. Por un lado, Colombia hace parte de la tradición latinoamericana de medios comunitarios, alternativos y populares que surge en los años 70 con las propuestas teóricas de Paulo Freire y de Antonio Pasquali; como dice Alfonso Gumucio, América Latina es sin duda, la región del mundo que más medios comunitarios ha generado. Por otro lado está el contexto tan difícil de conflicto armado en tantas regiones colombianas.” (Rodríguez, 2006, pág. 6)

Para Rodríguez los medios comunitarios actuales se están convirtiendo en veedores de lo público, monitorean las administraciones municipales, los servicios públicos, los presupuestos, los contratos. Les piden rendición de cuentas a los alcaldes, y si el alcalde no responde, le ‘jalan’ las orejas en público (Rodríguez, 2006). Para ella es fundamental que los académicos, escritores, comunicadores, investigadores asuman la responsabilidad que tienen frente a este tipo de iniciativas, así mismo que diseñen un acercamiento a este tipo de medios que cumpla con ciertas condiciones:

“que responda a las necesidades de los medios, no a las necesidades de los académicos; segundo, que la presencia del académico en el medio no le cueste recursos al medio, ni en términos de tiempo, ni de dinero, ni de nada; y finalmente, que los productos generados por los académicos les sirvan a las experiencias; si las experiencias no los pueden usar, entonces mejor recoja y vámonos.” (Rodríguez, 2006, pág. 12)

Realizando algunas lecturas se hicieron presentes los siguientes párrafos, importantes para comprender lo que ocurría en algunos lugares del país el 2007; por ejemplo lo que sucedía en Bogotá donde la Multinacional de Carlos Slim estuvo involucrada en el cierre de un canal de TV local en Bogotá que, pese a su condición comercial, tenía como objetivo principal servir de espacio para la expresión de la cultura colombiana. Para el equipo de producción del canal, el *creciente monopolio de medios de comunicación*, representado en este caso por la

empresa del señor Slim, ‘invadió’ la oferta televisiva con novelas, *realities*, concursos y toda clase de ‘programas amarillistas’ cuyo principal objetivo era obtener ganancias económicas, lo expresan con nostalgia, y recuerdan que el canal, llamado *Tu vecino TV*, tenía una variada programación de música colombiana en todos sus géneros: llanera, cumbia, popular, andina, romántica, carranguera, campesina, baladas y de la vieja guardia, que iba más allá de las canciones e iba en la búsqueda de las historias de vida de cada artista. A mediados de ese año artistas, televidentes, organizaciones y ciudadanos realizaron una campaña en contra de la multinacional que ‘atentaba contra las costumbres, cultura y soberanía de la comunidad afectada’, la campaña incluyó la transmisión ininterrumpida de diferentes artistas, con el fin de presentar la propuesta a los nuevos dueños del canal. Los afectados directos por el cierre del canal: sesenta y ocho personas y sus familias se quedarían sin ingresos, además de los dieciocho empleados directos del canal, otras cuarenta y cinco personas dependían de la existencia de la mediana empresa de comunicación. Estudiantes de comunicación social y egresados de universidades e institutos como la Universidad Manuela Beltrán, Inpahu, la Corporación Unificada de Educación Superior CUN, Unitec, y la Universidad Autónoma, entre otras, también se pronunciaron a favor del canal al estar involucrados en procesos de práctica y desarrollo de proyectos. Este ejemplo es uno de muchos, muchísimos casos que a lo largo y ancho del país han vivido las propuestas de la “otra” televisión, la comunitaria, la alternativa, la otra.

Mientras *Tu vecino TV* vivía esta situación, el Ministerio de Comunicaciones coordinaba con la Revista Dinero un foro llamado *La televisión en el contexto de Convergencia*, en el que se pronunciaban acerca del Proyecto de Ley 148 que abarcaba dos temas: La conceptualización de la oficina del Defensor del Televidente y algunos puntos sobre televisión comunitaria. Una vez más se presentaba la misma situación: El Estado y la empresa privada, en este caso representado por una revista, hablando de televisión comunitaria, sin contar entre los organizadores con ningún representante de ningún medio de tipo comunitario.

3.5 El eterno presente

Para Jesús Martín Barbero (2006) la televisión en Colombia tiene una '*peculiar configuración*' que resulta crucial para entender lo que pasa actualmente.

“Desde el surgimiento del medio en 1954 hasta mediados de los años '90, cuando aparecen los canales completamente privados, Colombia mantuvo un modelo mixto de televisión que, pese a todas las intromisiones gubernamentales y a la permanente ausencia de una verdadera política de programación, permitió la existencia de muchas pequeñas y medianas empresas que, a su modo, posibilitaron una pluralización de las miradas sobre el país y desde el país” (Martín Barbero, 2006).

Afirma, además, que dicha pluralización, cuestionada de manera tramposa y constante por los voceros de los monopolios económicos, está en peligro con la privatización sufrida por los canales que aún se llaman públicos y por la aparición de canales netamente privados,

“... a ese cambio radical, dadas las actuales tendencias de la globalización telecomunicativa, se añade el completo estallido del espectro televisivo: por una parte, con el nacimiento de canales

locales comerciales y el comienzo de la gestión privatizada en los canales públicos; y por otra, con el aumento de los canales regionales, que viene acompañado, sin embargo, por una creciente pérdida del sentido de lo público, a lo que se suman la indefinición y las contradicciones de Señal Colombia, el canal cultural público de cobertura y alcance nacional, y el atascado pero imparable proceso de crecimiento de los canales comunitarios.” (Martín Barbero, 2006).

La televisión en Colombia, como el resto de los medios de comunicación, no logró una política estatal que la definiera y mantuviera como un servicio para la comunidad, ni como un instrumento para el mejoramiento de la vida colectiva y para el enriquecimiento de la vida individual; a nivel general, la oferta actual está muy lejos de tener alguna de estas características, la tecnología es casi completamente importada y la programación es netamente comercial. Ahora, con la llegada de la Televisión Digital, el compromiso ineludible de todos los integrantes del campo televisivo en el país es desarrollar reflexiones teóricas que resulten pertinentes y útiles para el correcto desarrollo de este campo.

“Los avances en televisión digital han modificado drásticamente el escenario de las transmisiones de señales, toda vez que la televisión digital satelital, emitida como señales comprimidas, obliga a considerar desde otras perspectivas el espectro, pero la lentitud en la legislación específica indica, entre otros factores, que es necesaria una reflexión teórica, desde lo comunitario, lo comunicacional y lo tecnológico, que ilumine las perspectivas jurídicas para que las dinámicas sociales y la legislación concuerden y los medios comunitarios sean espacios democráticos al interior de la ley.” (Crawford & Flores, 2002, pág. 202)

El artículo de Julio Benavides (2004) sobre medios de comunicación comunitaria en el país tiene una visión mucho más optimista que la de otros autores, comienza con una alentadora frase: “Los medios de comunicación comunitarios se constituyen, en Colombia, como la posibilidad para llenar un vacío existente en la participación de sectores y grupos de la sociedad, cuyas voces habían estado

ausentes a lo largo de la historia.” (Benavides, 2004, pág. 1) Tal vez resulte posible que la televisión comunitaria ‘saque la cara’ y sea todo eso de lo que está privada la televisión privada: un verdadero servicio para la comunidad, un instrumento para el mejoramiento de la vida colectiva y para el enriquecimiento de la vida individual.

A continuación presento algunas de las experiencias vividas en el campo de los medios de televisión comunitarios en el Valle, uno de los departamentos claves en el desarrollo de este tipo de iniciativas en el país.

CAPÍTULO 4

¿TELEVISIÓN COMUNITARIA EN CALI, EN EL VALLE?

“En cuanto a los canales comunitarios, existen desde hace años y hoy son ya cerca de mil, con la precaria existencia que les permite su estatuto de canales medio-permitidos y medio-piratas. Ellos representan un verdadero pulmón para la renovación de la cultura política de los municipios y de los barrios, pero les queda aún un largo camino para lograr una existencia no sólo legal sino equitativa en términos de oportunidades.” (Jesús Martín Barbero)

4.1 Unas cuantas miradas

Televisión comunitaria se entiende como el ‘medio de comunicación en el que existe un intercambio real, efectivo y equitativo entre los que intervienen en el proceso de la comunicación’, es decir, en donde existen interlocutores; además, en donde ‘la comunidad tiene el derecho de participar en todo el proceso de producción’ y el lugar en el que se producen ‘programas con contenidos locales y muy comprometidos con temas sociales, educativos y culturales’. Responder las preguntas iniciales de la investigación se ha convertido en un reto de observación, acercamiento y búsqueda de personas, lugares y experiencias que permitan comprender si el intercambio real y equitativo, la participación de la comunidad en la producción y las parrillas de programación, entre muchos otros conceptos de lo que es un medio comunitario, responde afirmativamente a éstos o cuál es la “realidad” allá, en la cotidianidad del medio comunitario.

La historia del Valle del Cauca, en términos de medios comunitarios es extensa, esta región se ha caracterizado porque durante muchos años se gestaron

procesos fundamentales para configurar lo que se podría llamar 'La historia de los medios comunitarios en Colombia', precursores, líderes, curiosos, inquietos, son algunas de las palabras que podrían definirla. La búsqueda de medios de televisión comunitarios comenzó en Cali, se extendió hasta el norte del departamento y volvió otra vez a la capital; los resultados de dicha búsqueda: quince, veinte experiencias, los que ya no existen, los que han sobrevivido y ahora se han renovado, las nuevas propuestas, los que no han pasado de ser un proyecto, los liderados por familias, los asociados a una empresa, en fin, las respuestas fueron apareciendo y creciendo hasta configurar unos 'protagonistas', que son de corregimientos de Cali (El Hormiguero, Montebello y La Buitrera), comunas de Cali (Comuna 10, Comuna 12 y 13, Comuna 20) y municipios del Valle (El Dovio, Candelaria, Restrepo). ¿Qué podría encontrar en estos lugares?, ¿qué visiones tienen sobre lo que es un medio comunitario? ¿Cuál es su historia? ¿Por qué resulta pertinente el estudio de los medios de comunicación comunitarios de la región? Fueron algunas preguntas de las cuales obtuve múltiples respuestas.

En 1998 Jesús Martín Barbero, en el texto *Cultura, medios y sociedad*, planteaba como reflexión que los estudiosos de las ciencias sociales debían reflexionar acerca de los desafíos planteados por los procesos culturales y tecnológicos-comunicativos, pues no se podía ignorar que "*los nuevos modos de simbolización y naturalización del lazo social se hallan cada día más entrelazados a las redes comunicacionales y los flujos informacionales*"(Martín Barbero, 1998, pág. 14). Respecto a la televisión, dicha reflexión debía apuntar a la necesidad de

establecer procesos críticos capaces de denunciar la complicidad de este tipo de medio con las manipulaciones del poder y los

“más sórdidos intereses mercantiles que secuestran las posibilidades democratizadoras de la información y las posibilidades de creatividad y de enriquecimiento cultural, contagiándonos de la banalidad y de la mediocridad de la mayoría de la programación”
(Martín Barbero, 1998, pág. 14)

refiriéndose a la televisión en general y a una constante reflexión sobre el estratégico lugar que la *“televisión ocupa en las dinámicas de la cultura cotidiana de las mayorías al estar transformando sus sensibilidades y modos de construir imaginarios e identidades”* (Martín Barbero, 1998, pág. 14). En cuanto a los medios de televisión comunitarios el desafío-ante lo planteado por Martín Barbero- es válido, pues acercarse a un medio comunitario termina siendo una reflexión desde el campo de quien estudia las ciencias sociales –y se prepara como profesional en el área- y una reflexión sobre el día a día de una televisión que se llama comunitaria para comprender si hace parte o no de los ‘intereses mercantiles’, el ‘enriquecimiento cultural’ y si es cierto que llega a ‘construir identidades’.

4.2 Cómo se realizó la selección y por qué

Hace aproximadamente diez años el Valle del Cauca era pionero en el tema de los canales de televisión comunitarios, un ejemplo para otros departamentos por sus luchas, asociaciones, ayudas entre municipios y reconocimientos. Al comenzar la investigación recurrí a bases de datos ‘oficiales’, es decir, las de la Comisión

Nacional de Televisión, la Secretaría de Cultura Municipal, algunas Universidades y algunas asociaciones. También busqué amigos comunicadores, pregunté, llamé, molesté, la 'cadena de favores e información' se fue expandiendo, el uno que conoce al otro, cuántos son y en dónde están, dónde encontrarlos, con quién hablar, etc. El recorrido comenzó en Cali, visitando a Roberto Sierra en el Barrio San Carlos, él me animó a continuar, luego llegué a Montebello, luego supe que debía salir y aventurarme un poco recorriendo todo el departamento. Muchas historias quedaron por fuera, muchas experiencias aún me faltan por conocer y descubrir, ahí están, trabajando en el silencio, viviendo los mismos contrastes que los canales que ilustran este trabajo, pero sé que habrá la oportunidad de seguirlos conociendo.

4.3 Hallazgos, respuestas y reflexiones

"Tenemos una televisión bastarda que no se corresponde con la diversidad cultural de nuestras sociedades." (Jesús Martín Barbero)

La información recopilada en los perfiles apunta a crear memoria de lo que somos a nivel local en relación con los medios de comunicación audiovisuales, en dónde están y quiénes son. Conocerlos y saber qué están haciendo, quiénes están a la cabeza de cada proyecto, saber con qué tipo de ayuda cuentan para funcionar y si hoy en día funcionan. Crear consciencia en personas del común, investigadores, productores locales, profesores, periodistas y todos aquellos que quieran conocer un poco más qué está pasando con los medios comunitarios y cómo se pueden

involucrar o cómo pueden ayudar ante las dificultades, gente común y corriente que descubre que como miembro de una comunidad puede lograr expresarse a través de un medio que llega a muchas personas.

Las categorías que de manera breve desarrollo a continuación son el 'abrebocas' a lo que se describe en el perfil de cada gestor y cada canal, es decir, lo que nombro a continuación es lo que se encuentra en el relato de cada perfil.

4.4 Los gestores

"En este proceso se mundializan imaginarios, y la televisión es el medio con mayor capacidad de originarlos. Los imaginarios son muy importantes para la mayoría de las personas porque les permiten soñar." (Jesús Martín Barbero)

Personas luchadoras, guerreras, su burbuja es pequeña, no son ambiciosas, no sueñan con los grandes medios, los ven con recelo, tienen la imagen de que esos medios, pulpos, atragantan la memoria y la identidad y no dan espacios para las voces múltiples que se gestan a diario, son simplemente trabajadores de la comunicación, hombres y mujeres que dedican su vida a la cultura y a la comunidad.

Seres humanos soñadores con los pies sobre la tierra, es tal vez una definición adecuada de los protagonistas de los perfiles. Personas que no solo se han involucrado con sus comunidades a través de un medio de comunicación, también

lo han hecho llevando a cabo otro tipo de proyectos comunitarios, la mayoría de ellos prácticamente han encontrado en este campo su propósito de vida.

4.4.1 Vida Familiar

Los hombres y mujeres protagonistas de estas historias provienen de barrios y lugares 'populares', algunos son apoyados constantemente por sus familias en cada uno de los proyectos que emprenden, otros son parcos al hablar del tema.

Respecto a la condición educativa tienen la formación básica, ninguno tiene formación académica en el campo de la comunicación social. Llegaron a trabajar en un medio comunitario por la misma responsabilidad con la gente que los rodea, el sindicalista, la gestora cultural, la líder. Su visión del país muchas veces es crítica y sin esperanzas, ellos han sufrido amenazas y han intentado callarlos, pero aún así tienen la disposición de hablar y contar su historia, y, sobre todo, de seguir trabajando.

4.4.2 Demandas sociales no atendidas y liderazgo

"El barrio puede ser considerado como un mediador fundamental entre el universo privado de la casa y el mundo público de la ciudad"
(Jesús Martín Barbero)

Los personajes de estas historias son reconocidos por el liderazgo que de una manera u otra han desempeñado a lo largo de su vida. La comunidad los reconoce

y respeta pues aunque muchos hablen de hacer cosas ellos son los únicos que realmente se han atrevido a hacerlo. Se han dado a la tarea de recoger muchas veces el sentir de las calles y casas, de las familias, de enfrentarse a un problema, por ejemplo en el caso de Janeth Holguín, gestora del canal comunitario de La Buitrera, que ha enfrentado a las familias que obtienen todos los beneficios de su corregimiento.

Para ellos el canal nace de una necesidad, en el caso de Roberto una necesidad para proteger su vida y poder seguir trabajando y desarrollando proyectos sociales, en el caso de Nelly una necesidad de que la gente se vea, se reconozca y reconozca el lugar que habitan y asuman los problemas que tienen; en el caso de Janeth una necesidad en parte por continuar un legado de información familiar, en el caso de El Dovio una necesidad de continuar pese a cualquier circunstancia con el proyecto. Necesidades que, en mayor o menor medida, permiten conocer un poco más los propósitos de vida de estos seres.

En casi todos los casos la comunidad participa en el proyecto pero de una manera pasiva, salvo en El Hormiguero, se limitan a ser la audiencia, el televidente frente a la pantalla y de cuando en cuando a colaborar con alguna cosa. En El Hormiguero la comunidad sí es activa, en la medida en que niños, jóvenes, gente de todas las edades está dispuesta a colaborar, a hablar a la cámara, a presentar algún programa, etc. En el caso de Montebello el canal se convirtió en una época en la posibilidad de resolver problemáticas del sector, algunas de tipo educativo, convocatorias para capacitaciones ofrecidas por el gobierno, etc. En el caso de El

Hormiguero el hecho de ‘quitarle tiempo al ocio’ y darles la oportunidad de verse es considerado por Nelly como una ganancia a la hora de resolver problemáticas.

Este tipo de televisión pareciera que de cierta manera reconfigura

“órdenes sociales en los barrios, en comunas, en localidades, en pequeños municipios o en algunas zonas de las grandes ciudades, además, han participado en la transformación de órdenes comunicativos, medioambientales, políticos, generacionales, religiosos, sexuales, étnicos y de género”. (Barón, 1998, pág. 38)

En los perfiles se relatan algunas anécdotas interesantes al respecto. El liderazgo es asumido de diversas maneras, frente al proceso del canal de televisión, frente a la comunidad, asumiendo roles que en un principio no les corresponden pero que lo hacen con resultados ‘dignos’ de los objetivos que se plantean. Sindicalistas, presidentes de juntas de acción comunal, coordinadores de bibliotecas públicas, laicos, etc. son algunos de los liderazgos de los protagonistas de las historias, todos en relación directa con el poder atender las necesidades individuales y grupales de las comunidades donde desarrollan los proyectos de comunicación audiovisual.

4.4.3 Procesos de capacitación y formación

Aunque casi ningún gestor tiene formación académica en el área de las comunicaciones, se las han ingeniado para recibir capacitaciones de todo tipo a lo largo del desarrollo de su proyecto. Talleres que llegan a la comunidad y talleres que buscan en otros lugares, como en el caso de El Dovio. “Quienes programan y

producen los mensajes de estos medios son comunicadores aficionados, líderes; muy pocas veces encontramos profesionales del periodismo.” (García, 2006, pág. 200)

Nelly y Janeth, a pesar de ser tan diferentes, están unidas –sin ellas saberlo- por su profundo compromiso con sus comunidades. Son las que manejan con mayor propiedad un lenguaje ‘formal’ a la hora de expresar sus opiniones y sentar posiciones sobre cualquier campo del conocimiento. Su formación académica en el campo social ha sido proporcionada por el Estado a través de las Secretarías de Cultura, de desarrollo social y de gobierno tanto de la alcaldía como de la gobernación.

4.4.4 Oficios: varios

“Las voces y sonidos que transitan por estos medios, no son los típicos locutores o modelos de televisión, son gente del común que ha descubierto su poder como miembro de una comunidad, sus derechos a expresarse libremente y que sus opiniones sean respetadas.” (Mariana García)

Algo que caracteriza a los gestores es que todos han hecho de todo. Los roles individuales que suelen presentarse en un canal de televisión acá se entrelazan y mezclan. Janeth ha sido camarógrafa, reportera, productora. Tal vez muchas veces no sean conscientes de esto, John Jairo se ha desempeñado como Productor de Campo tal vez sin que él sepa exactamente eso qué significa, tal vez Nelly haya sido la productora ejecutiva muchas veces sin tener una idea clara y

definida de lo que puede ser, pero no es la palabra en este caso la que define, son las acciones llevadas a cabo las que cuentan.

En estos proyectos comunitarios lo fundamental no es el nivel de conocimiento académico sobre un tema específico, ellos pueden trabajar con voluntarios o personal contratado, con profesores o estudiantes, lo que cuenta en realidad es el trabajo del día a día, el sacar adelante el proyecto.

4.5 Los canales

“Los canales comunitarios son una de las alternativas más interesantes del nuevo panorama televisivo, por su capacidad de conectar con los sectores populares, la naturaleza de su gestión que combina formalidad e informalidad y la creatividad de algunos de ellos para producir y programar materiales asociados a las necesidades de la gente. Esta vinculación entre televisión y procesos sociales es central para el diseño y la acción de los canales públicos.” (Germán Rey)

El efecto de sacar adelante un medio de comunicación comunitario tal vez solo se puede medir de acuerdo a cómo la comunidad lo logra percibir y asimilar. Intereses del barrio, del corregimiento, de la comuna, del municipio, los de algún grupo artístico o deportivo, inconformidades con la oferta de medios nacionales, son algunos elementos posibles. En el imaginario de la gente lo importante de un medio comunitario es que gozan de la participación de la gente, el lugar donde convergen las voces de la comunidad, que son vistas no como simples consumidoras sino como sujetos participativos que aportan a los contenidos y a la construcción de las narrativas locales.

4.5.1 El ideal de la participación

Los medios analizados promueven la participación de las diferentes comunidades a través de una programación variada e incluyente, en el caso de El Hormiguero tanto las niñas del grado octavo del colegio, como el estudiante de música, como la integrante de la iglesia, todos los habitantes del pueblo tienen una historia para contar y hacen parte activa del canal; además, en este caso, Nelly como presidenta de la JAC ha participado sin falta en cada etapa del proyecto audiovisual desde su nacimiento. En general todas las comunidades se han unido cuando el canal está en funcionamiento y en algunos casos han realizado actividades como rifas para apoyar a los integrantes del canal, la mamá de alguno de los integrantes ha hecho los chalecos, etc. En El Dovia han procurado siempre contar con miembros de la comunidad expertos en los programas que ofrecen, un coleccionista de música, un campesino que habla del campo y de la tierra, entre muchos otros. En general, en las experiencias encontradas todos en la comunidad tienen algo que aportar y todos pueden hacer parte del canal, sin importar el rasgo físico, el oficio o profesión, cumpliendo con este punto de ser incluyentes pese a las precarias condiciones técnicas en las que realizan la mayoría de los programas.

4.5.2 Programación y contenidos

"Por mucho aparatito que coloquen en las antenas, tener la tele encendida es algo muy distinto a prestar atención a lo que se ve." (Jesús Martín Barbero)

La programación de un canal de televisión comunitario es vital, fundamental para lograr comprender si logran el propósito de ser incluyentes, abiertos, diferentes, y que hagan visible lo que ocurre en su comunidad. En la mayoría de estos canales se pueden encontrar programas realizados por la misma comunidad, el punto es comprender qué entienden ellos que debe ser un programa para un canal comunitario, pues en algunas ocasiones se dedican a magazines o musicales, copiados de lo que hacen los programas nacionales.

“Y mientras en los superglamorous canales privados cada día cabe menos país –pues los noticieros se hallan dedicados en su inmensa mayoría a la farándula política y a explotar el morbo y la violencia de la situación colombiana incluyendo hasta realitys, los debates políticos han desaparecido y la información cultural se confunde con la de cualquier show–, (...) Pero lo peor es que continúa ignorando la inmensa producción de los jóvenes que, a todo lo largo y ancho del país, narran su experiencia y sus sueños, y cuya creatividad parece no tener cabida en los trillados formatos que el canal público exhibe y exige.” (Martín barbero, 2006, pág. 2)

Afirmaciones como que la ‘deficiencia técnica y la precariedad de los contenidos finalmente frustran las intenciones de lo que pretendemos en materia de calidad’ son realizadas por la Comisión Nacional de Televisión, críticas que no ofrecen ayudas ni soluciones concretas.

Las propuestas de programación no contemplan, al menos en la mayoría de los casos analizados, nuevos formatos y géneros, son pocos los que se atreven a innovar en el momento de contar, lo hacen bajo fórmulas y modelos que ya conocen y que ven como positivos. A pesar de no innovar en los formatos, sí se sienten comprometidos con ofrecer contenidos que vayan más allá de lo que ofrecen los canales de los que copian esos formatos, es decir, cuando se

expresan y hablan sobre lo que ofrecen en la parrilla de programación es común escuchar que lo banal, lo obvio, la farándula y el entretenimiento son universos vacíos de memoria y aprendizajes, que no le dejan nada a la comunidad, es por eso que se comprometen a ofrecer espacios y universos que hagan visibles las historias de su comunidad o barrio, que hablen de quiénes son, que les permita crear memoria e historia. Aunque para algunos investigadores esto es un error frecuente, el de diseñar un espacio partiendo de la copia de un programa de televisión comercial masivo, en el caso de los informativos parecen no ofrecer una alternativa o propuesta a esta crítica.

Respecto a las experiencias encontradas existen diferentes contrastes, en algunas ocasiones

4.5.3 Equipos de trabajo, relaciones sociales

Los equipos de trabajo de los canales estudiados son muy reducidos, aparte de cumplir varios oficios, las condiciones físicas y económicas no les permiten trabajar en grupos numerosos, además, no es su objetivo. Generalmente trabajan mínimo tres personas y máximo ocho, que es el equipo más numeroso.

Lo interesante es que en estos proyectos le restan importancia al número de personas mientras la visión del proyecto sea clara y las múltiples funciones que cada quien desempeña estén definidas con claridad, los gestores afirman que lo que resulta fundamental en esta situación es asumir de manera consciente la responsabilidad que han asumido frente a la comunidad al liderar una propuesta

de este tipo. El desarrollo de un espacio para televisión comunitaria es el resultado de una necesidad que define, entre otros puntos, los siguientes:

“resolver o ayudar en la solución de una necesidad comunicacional, ayudar a la construcción de identidad e invitar a la participación social, apoyar programas y proyectos de desarrollo social que se estén ejecutando desde otros ámbitos, permitir que haya un acercamiento a los diferentes puntos de vista de los conflictos que se viven al interior de la comunidad y acercar a una posible mediación, etc.” (Gutiérrez, 2009, pág. 3)

Algunos gestores expresan con claridad el ‘uso’ del medio como ‘herramienta para educar’, para la construcción de una identidad cercana a las comunidades con las que trabajan y para la formación de una consciencia social; identidad entendida como la posibilidad de construir su historia y su presente partiendo del barrio o del corregimiento, no de lo que ofrecen los medios de comunicación que se encuentran a miles de kilómetros, en la capital del país o en otros países.

4.5.4 Legales o no legales

Todos los canales afirman ser comunitarios, muchas veces lo dicen con seguridad, como si no necesitaran estudios, investigaciones ni ensayos que los justifiquen. Son comunitarios porque le sirven a una comunidad, porque no se lucran con el proyecto, porque para muchos de ellos no son una alternativa, son simplemente el único espacio para visibilizar lo que ocurre en el barrio, corregimiento o municipio.

Respecto a la legalidad para funcionar muchos son conscientes de que deben constituirse legalmente y cuáles son las implicaciones de ese proceso pues lo han vivido con bastantes dificultades y han tenido algún tipo de problema para cumplir los requisitos que les permiten funcionar. La mayoría de ellos conocen cuáles son las reglas de juego, en eso son muy juiciosos, tienen fotocopias y libros, estudian y saben cuáles son sus fortalezas y debilidades en este aspecto.

Su percepción de la Comisión Nacional de Televisión varía, para la mayoría es un organismo de control que lejos de ser una posibilidad de resolver problemas, se los amplían. Según el bogotano Secundino Rodríguez (2004), comunicador comunitario, como él mismo se presenta,

“las televisiones locales y comunitarias buscan y defienden la legalidad democrática. Las que todavía no cuentan con licencia y la están tramitando, no deben ser silenciadas ni consideradas ilegales, ya que están amparadas en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, en el Pacto de San José y en las cartas constitucionales de nuestro país. Por ello, se vuelve urgente la revisión de leyes y acuerdos de telecomunicaciones que impiden el acceso equitativo de todos los sectores. La legalidad, para reconocerse como tal, debe ser justa y no discriminatoria” (Rodríguez, 2004, pág. 8)

Represoras, irrespetuosas y problemáticas, son algunas de las palabras empleadas por los gestores para referirse a las personas que han llegado a los canales como representantes de la Comisión. Cumplen con su trabajo, emplean un lenguaje apropiado, son cordiales y respetuosas, aunque surge también un panorama de contrastes, de ‘amores y desamores’.

4.5.5 Equipos, desarrollo tecnológico y sostenibilidad

Con equipos artesanales o con el mejor desarrollo tecnológico nada los detiene, la mayoría de los canales cuenta con precarios equipos para funcionar, tecnología que para los canales privados podría considerarse obsoleta, fuera de tono, pero ellos se las ingenian siempre para obtener el micrófono adecuado, una cámara que funcione bien así sea de segunda, etc.

Respecto a la sostenibilidad sucede que muchas veces por ser comunitarios se considera comúnmente que su trabajo debe ser gratuito; una vez logran concientizar a la comunidad de que esto no es así, tres fuerzas se unen para poder contar con dichos recursos, que muchas veces no es dinero en efectivo, sino que se ven representados en cables, micrófonos o cualquier cosa: El medio como tal, que aporta con diseño de campañas, con transmisiones, producción y venta de algunos programas; la comunidad con festivales, capacitaciones, mercados comunitarios; y los 'extraordinarios' que son las donaciones, los comodatos, los premios, las becas y algunos reconocimientos.

Estas categorías no pretender ser 'exclusivas', ni llegar a conclusiones cerradas, por el contrario, son una entrada a lo que se puede encontrar en los canales, siendo el número de canales de televisión investigados muy reducido en relación a todos los existentes no solo en el Valle del Cauca sino en todo el país. En cada perfil, en cada historia de los párrafos que se desarrollan a continuación, se pueden encontrar estas categorías en boca de los gestores, sin modificar sus

ideas, respetando la libertad otorgada en las entrevistas para el uso de la información recopilada.

CAPÍTULO 5

LOS PERFILES

Observar, describir y realizar ejercicios de escritura que conserven las ideas de los protagonistas, que no invadan el terreno de la ficción, que conserven un tono agradable y que arrojen información valiosa, son algunos de los propósitos que me tracé cuando comencé a escribir los perfiles.

Espero que la lectura de las cinco historias resulte amena, y sea una manera diferente de contar quiénes son y dónde están los protagonistas de esta investigación.

5.1 CORREGIMIENTO LA BUITRERA

CANAL DE TELEVISIÓN COMUNITARIO ASO-BUITRERA

Gestora: JANETH HOLGUÍN

Janeth

Janeth Holguín habla con fuerza y energía de cualquier tema, de sus múltiples oficios y roles; sus ojos brillan cada vez que cuenta una parte de su vida, las palabras salen rápido y sin pausas, se le siente el gusto por lo que hace y por todas las aventuras que ha emprendido desde hace más de veinte años. Cada historia es como ella, una reflexión constante llena de vida. Auténtica, de palabras sencillas, así es ella y así es como ella ve la vida.

Su interés por los medios de comunicación surgió cuando estaba muy joven y toda su familia estaba asociada a los diferentes grupos de radioaficionados que existían en el país. La alegría de construir un equipo en la casa, la consecución de un nuevo circuito, el lograr que se comportara de manera correcta y empatara a la perfección con los equipos ya instalados, la comunicación con personas que se encuentran a miles de kilómetros y el poder ayudar a alguien que necesitara algo ante una emergencia, una donación de sangre, encontrar a un ser querido u ofrecer un trabajo, en fin, estar siempre dispuestos a prestar ayuda con su

tecnología y habilidad personal, se convirtieron en algo cotidiano para la familia Holguín.

Janeth aprendió desde siempre a relacionar los medios de comunicación con el facilitar procesos de ayuda a los demás. Pronto, lo que era un proceso familiar de carácter no profesional, se convirtió en *Holguines Comunicaciones*, empresa creada por su padre y que desarrolló proyectos encaminados a mejorar las condiciones técnicas y electrónicas de las comunicaciones en la región. El interés por los medios de comunicación fue creciendo en la medida en que la empresa lo hacía. Su padre comenzó a viajar a Buenaventura para colaborar con las comunicaciones de los barcos en el puerto, mientras ella se encargaba de algunos negocios que tenían en Cali.

Luego Guillermo, su esposo, llegaría a compartir los mismos proyectos. Ingeniero agrónomo, curioso infinito por el mundo de la electrónica. Con él crearon el Sistema de Cable Aso-Buitrera y después se aventuraron a crear el Canal Comunitario Aso-Buitrera. Janeth afirma con entusiasmo y mucha seguridad que la experiencia como creadora del canal comunitario siempre le dio identidad y reconocimiento. *“Luchar por el canal es lo que nos ha permitido tener una identidad, a mí particularmente como persona y como mujer”* expresa. Directora de la parrilla de programación, directora de la comercialización del canal, camarógrafa, reportera, en pocas palabras: “todera”. El oficio que más aprendizajes le dejó fue el de camarógrafa. Cuando lograron los recursos necesarios para tener una cámara, Janeth comenzó a prepararse para saber cómo manejarla y sacarle provecho, el necesario para sacar adelante el canal. Le

alegra ser conocida como “la señora de la cámara”, la experiencia como camarógrafa le brindó la posibilidad de entrar a cualquier evento, foro o taller a capturar lo que ocurría. Aprendió cómo expresarse y desenvolverse ante cualquier tipo de personas y a estar al día con los acontecimientos, no solo de La Buitrera sino también con los de Cali.

En el 2007 Janeth Holguín comenzó a alternar sus labores en el canal con un nuevo proyecto, ser gestora cultural de la Biblioteca Pública Comunitaria de La Buitrera, vieron su desempeño en el corregimiento y la llamaron para que fuera parte de la Red de Bibliotecas Públicas Comunitarias de Cali. Enfrentó problemas con algunas personas de la comunidad, cuatro familias acostumbradas a decidir siempre qué se hacía con cada recurso que llegaba al corregimiento y cada proyecto por desarrollar. Ella, con mucha paciencia y entereza, enfrentó varias veces a estos personajes que lograban siempre sacar provechos personales que pocas veces beneficiaban a la comunidad. Janeth ha logrado rescatar algunas máquinas de coser, equipos para cocinas industriales y otras máquinas para carpintería que en estos momentos están disponibles para la comunidad, muchas de estas máquinas permanecen cubiertas con plásticos olvidadas en algún garaje.

Trabajar en la Biblioteca Comunitaria y en el Canal ha representado para Janeth un camino de muchos logros, tropiezos y aprendizajes. *“Aprendí sobre política pública. Aprendí que todos podemos ser líderes pues todos tenemos los mismos derechos y es importante que todos lo tengamos claro, si no es así dejamos siempre que otros decidan por uno”* dice mientras hace un recuento de todas las capacitaciones de las que se enteró y en las que participó gracias a su rol de

camarógrafo. Asistió a unos talleres en la Universidad del Valle, hizo algunos cursos en el Sena, hasta un taller de lácteos que luego pudo compartir con la comunidad. Además de estos cursos hizo parte de la Escuela de Formación de Género, unas jornadas de capacitación ofrecidas por la Secretaría de Desarrollo Territorial y Bienestar Social de la Alcaldía de Cali, *“ahí aprendí a valorarme, a confiar en mis capacidades y a saber que soy capaz de hacer muchas cosas”* afirma, dice también que ahora puede hablar, comprender y aplicar ciertos términos técnicos como unidad productiva gracias a estas experiencias. Janeth agradece con una sonrisa todos los caminos recorridos. *“Nostalgia, eso es lo que uno siente por la televisión parabólica de esa época, cuando las grandes empresas no habían entrado a Cali, ni ellas ni sus mafias”* y su mirada se sumerge en el atardecer de La Buitrera.

Guillermo, el esposo y compañero de aventuras

Guillermo sintió un fuerte golpe en su columna. Se había subido a arreglar un daño en el lugar donde nacía la señal de la parabólica. Pagar el arreglo a un tercero resultaba muy costoso, por eso buscó la escalera y se dispuso a hacer lo que en ocasiones era simple rutina, identificar el lugar exacto del daño, hacer las correcciones pertinentes y ya. Pero esta vez recibió una descarga eléctrica que lo lanzó al suelo con violencia. En esos momentos Janeth no estaba con él, como solía pasar cuando debían ir hasta el lugar de la antena, ella estaba pendiente de un taller que se estaba haciendo en la Biblioteca. Janeth tuvo que llevarlo a

urgencias recordando que afortunadamente hacía apenas una semana se habían puesto al día con la EPS. Ante la EPS, en términos formales, él no era su esposo, era un empleado de Aso-Buitrera que había sufrido un accidente laboral y ella no era su esposa, era la Representante Legal del Canal. La EPS comprendió esta doble relación familiar-laboral dejando el asunto así, sin intervenir. Guillermo es un hombre mayor que disfruta cada detalle de lo que la vida le ofrece a diario. Mientras Janeth habla él la escucha con atención y no pierde su concentración en un texto que escribe en el computador, las pocas veces que interviene son para aclarar ciertos detalles, recordar ciertas fechas y compartir sus puntos de vista sobre las experiencias vividas.

Es ingeniero agrónomo, aunque hace muchos años no ejerce completamente su profesión pues cada día se encuentra más interesado en la parte técnica y electrónica de las comunicaciones; es el “director técnico de este sueño”, le dice su esposa Janeth. Comenzó a aprender sobre antenas, los tipos de materiales, las piezas, los repuestos, el alcance, los tipos de cables y su cobertura, en fin, se encargaba de los asuntos técnicos del canal. Un día encontró la manera de hacer una antena de once metros y durante un mes fue muy poco lo que salió de su casa una vez tuvo todas las piezas para armarla, verificar su cobertura y funcionamiento, hacer pruebas en el sector, verificar las señales, etc.

Desde el accidente, que le dejó a Guillermo algunas fracturas y un lento proceso de recuperación, el canal comunitario ha dejado de funcionar. A pesar de estar al día en términos legales, de tener todos los equipos montados y en buenas condiciones, ha sido complicado volver a la rutina de esos días, a correr por toda

La Buitrera verificando la señal, a estar en la casa pendiente de la programación y cuidar cada antena y a buscar los mejores beneficios técnicos con los menores costos.

En estos momentos Guillermo no deja vender los equipos, los conserva con cuidado, les hace mantenimiento constante, pues asegura que no saben en qué momento pueden volver a funcionar y que eso es muy posible. Ahora hace parte de la JAL y se dedica a otros proyectos comunitarios, mientras deciden qué hacer con el canal.

Canal Comunitario ASO-BUITRERA

Janeth y Guillermo vivían en un condominio en Cali, por tradición familiar en la casa procuraban estar a tono con los últimos adelantos tecnológicos y siempre lograban conseguir el televisor adecuado. Cuando las antenas parabólicas llegaron a Cali fueron los únicos en el barrio que tenían una parabólica en la casa con un cable receptor de señales y los únicos con acceso a canales de otros países, como los del Perú, que eran conocidos coloquialmente como la *“perubólica”*.

Pasaron un par de meses y la casa se fue llenando de vecinos curiosos que querían ver qué era lo que pasaba. En las tardes era común que la sala se llenara de niños queriendo ver “muñequitos”. Los vecinos les hicieron una tentadora propuesta, crearles una parabólica, ellos darían una cuota, conseguirían los cables, en fin, harían lo que fuese necesario. El negocio resultó por un tiempo pero

el inadecuado espacio de la casa y otros proyectos en marcha ocupaban gran parte del tiempo de los dos, además la relación con los vecinos cambió mucho cuando se dio el “boom” de las parabólicas y llegaron nuevas empresas con nuevas ofertas. Pasaron unos meses e hicieron un gran cambio en sus vidas. Se fueron a vivir a La Buitrera.

Nuevo lugar, nueva casa, nuevos proyectos. En el trasteo llegaron intactos antenas, cables, el amplificador, todo. Janeth y Guillermo viajaron varias veces a Medellín y Bogotá para comprar los equipos que no se conseguían en los almacenes en Cali. Así fueron conociendo personas que trabajaban en el campo de la electrónica y fueron perfeccionando sus técnicas. En uno de estos viajes que hicieron a Bogotá, buscando unos repuestos que no lograron conseguir de Cali, escucharon una experiencia sobre canales de televisión comunitarios que se estaba desarrollando con gran entusiasmo. Aventurarse a la creación de un canal resultaba demasiado ambicioso, pero pensaron que podía fortalecer el trabajo con la comunidad. Janeth comenzó a estudiar los estatutos, las pautas solicitadas por la Comisión Nacional de Televisión para el funcionamiento de un canal sin ánimo de lucro, estudió toda la legislación de la época, buscó a las personas adecuadas para resolver inquietudes, visitó otras experiencias en Cali. Siempre con la premisa de “ir con la ley”. Una vez tuvo claras las reglas de juego buscó gente de confianza dentro de la comunidad del corregimiento para armar un equipo de trabajo adecuado para sacar adelante el canal. No fue tarea fácil, Guillermo fue el único que siempre estuvo con ella, los demás llegaron, se fueron, se cansaron, dejaron de apoyar o apoyaron a distancia. Su hijo Mauricio se interesó de a pocos

en el asunto, de tanto ver a sus papás hablando del tema, el tener una casa un poco fuera de lo común con cables y herramientas por todas partes, fue sembrando en él interés y curiosidad. Para complementar este equipo de trabajo, Mauricio hizo unos cursos de edición de video y durante el tiempo que funcionó el canal siempre estuvo dispuesto a ayudarle a su mamá con el material que grababa, con ideas para obtener recursos económicos y con cada experiencia que vivían a través del canal. Consiguieron un computador y algunos programas de edición de video y así fue como arrancaron con el proceso de obtener material y buscar las maneras de pasarlo en Asobuitrera. A Janeth la comenzaron a conocer en diferentes lugares y fue así como a veces la llamaban del Canal Universitario de la Universidad del Valle para que les facilitara algunas de sus grabaciones. Esto le permitió crear una red de intercambio de material que fue para ella una gran motivación para continuar.

El canal siempre funcionó en la casa. Con un dinero que comenzaron a recibir construyeron un segundo piso y ese fue su centro de operaciones. El canal con todos sus equipos funcionó ahí. La Caja Social les concedió un préstamo –del que aún están debiendo un millón de pesos- con el que lograron conseguir las antenas, los cables, los amplificadores, etc. que les hacían falta para funcionar con tranquilidad.

“Como tener un empleado vale mucho por eso siempre trabajamos nosotros mismos haciendo de todo un poco”, comenta Guillermo. Luego del accidente todo quedó intacto. En estos momentos tienen cinco antenas en perfecto estado, dos de ellas armadas y listas para funcionar. La comunidad los extraña y así se los

hacen saber cada vez que tienen la oportunidad, se dejaron de ver, ya no se encuentran en la televisión, ya no se enteran de los eventos locales, ahora muchos de ellos se han afiliado a las empresas de los grandes monopolios pero expresan su nostalgia por ya no ver a la “señora de la cámara” en acción.

Historias sobre el canal

En La Buitrera las antenas de aire no funcionaban y la repetidora de Las 3 Cruces no daba abasto para transmitir las señales de manera adecuada. Janeth y su esposo llegaron en el momento preciso con el proyecto de la empresa de cable. Las personas del corregimiento y de algunas zonas cercanas recibieron positivamente esta idea. Una vez se organizaron y llegaron a acuerdos con la comunidad recibían una cuota mensual de cinco mil o siete mil pesos, las personas con mayor capacidad económica les pagaban diez mil pesos. El dinero se invertía en mantener en excelentes condiciones los equipos y soportar el costo de tener canales como *Discovery Chanel*, luego todo se volvió muy caro. Se ayudaron buscando pautas publicitarias entre sus conocidos, lograron un convenio con la Secretaría de Salud para promover algunas de las campañas en La Buitrera y eventos que se hacían en Cali, foros de salud, conferencias sobre alimentación, *“yo llevaba mi cámara para grabarlo y luego pasarlo por el canal, a la gente le gustaba mucho eso”* cuenta Janeth con una inmensa sonrisa en el rostro.

“La Comisión Nacional de Televisión estaba encima nuestro todo el tiempo” comentan y recuerdan los momentos más difíciles que tuvieron que enfrentar,

sobre todo los malentendidos y la falta de claridad en las peticiones que les hacían. La CNTV les hizo una persecución espantosa, decomisaban equipos, cerraban canales y eran tan complejas las normas que ellos debían renovar la licencia cada año pues les insistían en la temida frase *“los canales comunitarios no son viables”*. Pocas personas estuvieron a su lado para defenderlos de las fuertes acusaciones que recibieron por parte de los delegados de la Comisión. *“Piratas, ladrones, morosos”*. En el camino aparecieron personas como el abogado Alfredo Noriega quien junto a otro colega fueron los únicos que los ayudaron y defendieron todo el tiempo. La paciencia ante cada situación, la certeza de no recibir dinero sucio de nadie, la forma como enfrentaron cada momento vivido, le da suficiente respaldo a Janeth para hablar hoy con seguridad y con la mirada limpia.

Aparte de todo lo sucedido con la CNTV se sumaron nuevos inconvenientes, unos más delicados y serios que otros. Janeth afirma que el espíritu realmente *“comunitario”* de los sistemas de cable comenzó a acabarse con la llegada del narcotráfico. Los narcos vieron en las empresas de cable una opción muy viable desde todo punto de vista para camuflar sus negocios. Se crearon nuevas empresas que comenzaron a comprar a las pequeñas y cada vez hubo más competencia, más problemas y más peleas. Janeth afirma que *“tal vez muchas de esas personas no se relacionaron con los procesos de cerca, no conocieron sus historias y que solo impartieron órdenes desde Bogotá y punto”*, hace una pausa mientras Guillermo la mira fijamente. Nosotros tenemos algunos libros y documentos donde mostramos cómo funcionaba la mafia con los equipos.

“Sabemos incluso que Uribe traía del Chocó equipos para negociar con los que querían volver las antenas un negocio, nosotros fuimos de los pocos que no nos contaminamos”. Una vez más Guillermo la mira, esta vez aún con mayor firmeza.

Janeth enfrentó en varias ocasiones a abogados cuya intención frente al canal era simplemente negativa. *“Todos decían que La Buitrera no era rentable, que no era viable montar todo un sistema para pocas casas, pero a nosotros nos gusta esto, es un trabajo al que le tenemos cariño”*. Las experiencias con la Comisión no son las únicas difíciles. Han pasado por otras que ahora solo recuerdan como anécdotas de esas que les permitieron reconocer que a pesar de su sentido de justicia tan marcado a veces simplemente era tiempo de guardar silencio. Cuando Janeth ya estaba a cargo de la Biblioteca Pública un día la llamaron de la Secretaría de Cultura para decirle que recibiría una visita muy importante, el secretario de cultura iría hasta allá para conocer el lugar. Allá apareció acompañado de varias personas y de unas cámaras que grabaron su llegada, su cordial saludo, dieron a entender que unos equipos que Janeth había gestionado por otros lados eran donación de la secretaría y le pidieron grabar las instalaciones del canal, es decir, fueron hasta su casa. El resultado de esta visita fue un documental producido por Estudios Takeshima donde afirmaban su constante apoyo hacia los medios comunitarios y su estrecha y amistosa relación. Para Janeth el resultado de esta visita y su amabilidad se tradujeron en que a partir de ese momento Aso-Buitrera podía hacer uso del material de Takeshima, es decir, grabaciones de importantes eventos de la ciudad como el Festival Petronio Álvarez.

Aso-Buitrera y Janeth parecieran fusionarse, ella habla del Canal, ella es el Canal. Habla de los malos ratos como experiencias aprendidas y de los malos pasos de sus colegas de otros canales como una reflexión para su vida. Unos le robaron imágenes y nunca le dieron los créditos; otros, a pesar de cerrar el canal, siguieron recibiendo dinero; otros permitieron que muchísima gente opinara y quisiera recibir beneficios hasta que hubo crisis pues comenzaron a atacarse entre ellos, *“otros hicieron negocios con políticos y quién sabe qué más, yo puedo decir que a nosotros eso no nos interesa ni permitimos que nos pasara, aunque no crea que nos creemos perfectos, es solo que afortunadamente no nos involucramos en ese tipo de cosas”*.

El canal lleva año y medio sin funcionar y las cosas han empezado a cambiar. Con la incursión de la empresa Telmex al sector les comenzaron a picar el cableado por toda la zona y les robaron los amplificadores que con tanto esfuerzo habían logrado conseguir. El robo de cable llegó hasta la zona de El Crucero, zona que también era beneficiada por Aso-Buitrera. Hace dos años la Secretaría de Cultura les ofreció una capacitación a través de la CNTV para poder “irradiar” el canal, usar nuevas tecnologías; lo están pensando.

Algunos les han dicho que por qué no montan un canal privado, que lean bien los marcos legales y vean las posibilidades actuales, que busquen opciones en la televisión digital. *“El Estado debería brindar ayuda, los equipos son muy costosos. Si nos toca trabajar en la Tv digital pues la inversión que debemos hacer es alta, nos toca meternos la mano al bolsillo así como hicimos con las parabólicas”*. No dicen sí, no dicen no, tienen paciencia y esperan las señales adecuadas respecto

al papel que puedan desempeñar este o el próximo año, para ellos lo único seguro es que por nada del mundo abandonarán lo que para ellos resultó siendo el mayor tesoro... su gente, sus historias, su comunidad.

5.2 CORREGIMIENTO EL HORMIGUERO

CANAL DE TELEVISIÓN COMUNITARIO EL HORMIGUERO TV

Gestores: NELLY GUAPACHA, JOHN JAIRO RAMÍREZ

El Hormiguero

El Hormiguero es un corregimiento ubicado al sureste de Cali, es uno de los corregimientos más extensos y está compuesto por las veredas de El Hormiguero (Cabecera), Flamenco, Cascajal I, Cascajal II y Pízamos. Dos puestos de salud, una estación de policía, dos hogares infantiles, una cancha de fútbol, unas cuantas iglesias, un bachillerato y cuatro escuelas “adornan” el lugar. El acueducto es símbolo de grandes y largas batallas de todo tipo, así como los demás servicios básicos.

Es tan sencillo recorrerlo, tan fácil observar sus casas, sus rostros, la antena del Direct TV en una casa hecha de madera y retazos de plástico... que atrapa, una caminata entre la caña y el río, la sonrisa del niño en la bicicleta, las duras jornadas de sol y arena. Y ahí, en ese lugar, al lado de la comisaría, reposan los empolvados equipos del canal de televisión comunitario, los cables, el monitor, el mezclador, unos parlantes, unas sillas rimax azules y lo que un día fue un tambor.

Nelly

Nelly Guapacha habla por teléfono sin rodeos, así es ella. *"Bueno, espero que venga y conozca el canal, pero que luego no se olvide de nosotros, eso por acá pasa muy seguido"*. Ella es la representación total de una persona comprometida con la comunidad, más de veinte años "guerreando" por el corregimiento lo dice todo. Habla sin muchas pausas, muy concreta, cuenta cómo siente que ha llegado el momento de hacerse a un lado, de bajar el perfil, de darse un respiro y retirarse de sus incontables compromisos con el corregimiento. Caminamos por la calle principal y todos la saludan, ella a todos les pregunta que cómo están, que como va esto, y aquello, y ese problema. Nuestro primer encuentro se vio interrumpido varias veces porque llegaban vecinos a contarle, a quejarse, a buscar apoyo. Si El Hormiguero fuera un ser humano, Nelly representaría los cinco sentidos.

Presidenta de la JAL y la JAC en repetidas ocasiones, luchadora, noble, trabajadora incansable, madre de dos hijos, afirma que ha intentado no volverse indispensable e ir realizando procesos de formación con la gente que la rodea. *"Me dediqué a la comunidad y ahora debo dedicarme a mí"* es su lema actual, lleva cinco años pensando en retirarse, aún no lo hace. Viajó muchas veces a muchos países mostrando todo el trabajo comunitario que iba desarrollando en El Hormiguero, tuvo la oportunidad de quedarse viviendo en México, Japón, Bolivia, pero simplemente algo siempre la trajo de regreso.

Uno de sus proyectos bandera: El afán por tener en El Hormiguero un canal de televisión. Lo que comenzó como una locura fue tomando forma, poco a poco fue logrando captar el interés por un medio de comunicación propio en algunos de sus colaboradores. En el presente el canal está “en veremos”, no hay quien se encargue de sacarlo adelante como proyecto comunitario, no tiene un doliente como lo tuvo en un principio, hace más de diez años. El canal queda al lado de la policía, bueno, no el canal, el lugar donde guardan los equipos.

Para Nelly es fundamental que “*la gente se vea*”, por eso tal vez una de las anécdotas que más recuerda fue una vez que tenían reunión de la JAC y el ambiente iba a estar tenso pues tenían una discusión pendiente con un vecino. Nelly tuvo la idea de hablar con el director del canal y llevar la cámara a la reunión, así como todas las cosas necesarias para grabar la reunión e irla proyectando sobre la sábana blanca que sacó de su casa. La reunión comenzó y el vecino en cuestión se exaltó tanto en un momento que tuvo que tenerle mucha paciencia para no explotar, ella solo se dedicó a escucharlo y que él apareciera en la pantalla. Apenas se vio proyectado en la sábana, el señor se sonrojó, ese que gritaba en la pantalla era él... en cuestión de segundos cambió la postura, el lenguaje y sintió tanta vergüenza que terminó de hablar muy rápido, pidió excusas y se fue. A partir de ese momento la gente en el corregimiento comenzó a asistir a las reuniones más arreglada de lo habitual, peinados, con la mejor pinta e intentando emplear un lenguaje más “delicado”. La cámara podía llegar en cualquier momento y hacer una toma de ellos. Cuando las personas se veían en la

pantalla se comenzaron a arreglar más, se peinaban, se expresaban mejor, cuidaban su lenguaje.

Uno de los momentos que más recuerdan es cuando hicieron Cine al Parque. Pensando en cómo quitarle una hora de rumba a la gente, que se dedicara a otra cosa, Nelly recurrió nuevamente a la sábana blanca y a la ayuda de John Jairo, su mano derecha, izquierda, su compañero de aventuras audiovisuales. Mientras John acomodaba los equipos alguien prestó un videobeam, salieron a la cancha y proyectaron películas infantiles. Pronto la audiencia fue creciendo y se convirtió en una actividad esporádica pero que aún la gente espera se desarrolle con más frecuencia.

El canal

Nelly confiesa haber manejado el proyecto del canal con mucha intuición más que conocimiento, su gestión como presidenta de la JAC y de la JAL en un momento le facilitó las cosas para crear concesiones con empresas como Gases de Occidente para obtener equipos que permitieran el funcionamiento del canal. En su archivo se encuentra una carpeta con todo el material de todos los proyectos relacionados con el canal. Este medio de comunicación les abrió las puertas de las veredas, de las casas, comenzaron a comunicarse mejor con la gente, comenzaron a mostrar de qué estaba hecho El Hormiguero. Para Nelly *“el canal era como un bebé, y este receso es preocupante pues no hay un interesado en encargarse de él actualmente.”*

Los equipos: un mezclador, dos pantallas, cajas, chalecos, sillas rimax azules , un televisor pequeño Panasonic, un monitor de HP tapado con un plástico súper empolvado, una torre, un mouse dañado, cables sueltos por el piso y cables que llenan las paredes, la Digital Video Mixer, un VHS Panasonic, un control remoto. En el lugar donde guardan los equipos hay un cuartico donde está en VHS todo el material grabado de todas las veredas, de las visitas al río, al arenero, a los cultivos de caña. Nelly habla con mucha nostalgia de los días donde la gente se podía ver, donde los entrevistaban y se daban a conocer, compartían eventos importantes como los diciembres, las primeras comuniones, el grupo de danzas. Una vez hicieron una proyección en una discoteca llamada La Terraza, hicieron un video donde mostraban las problemáticas más difíciles del corregimiento, convocaron por megáfono a todas las casas, *“ese día es inolvidable, nadie respiraba, nadie quitaba los ojos de la pantalla, se veían y se reconocían, así como comprendían que problemas como la prostitución, la drogadicción, entre otros, habían llegado a El Hormiguero”*.

La posibilidad de crear memoria fue creciendo, los proyectos fueron desarrollándose, su experiencia comenzó a ser conocida y lograron el apoyo de algunos estudios de edición y de algunas universidades, hicieron un documental sobre el corregimiento que tienen en Estudios Takeshima, también hicieron un video llamado *El Agua del Camino* sobre la llegada del acueducto a El Hormiguero, video que lograron llevar hasta el Japón. Otro trabajo se llamó *Galería de la memoria*, un trabajo de fotos y videos con quinceañeros, fiestas, eventos que celebramos con la gente, en el salón comunal, veredas, etc.

Nelly camina por la calle principal de El Hormiguero y entre las múltiples preguntas que le hacen siempre aparece la del canal. ¿Cuándo arrancan de nuevo? Nelly sabe que la respuesta la dan unas pocas cosas: Nuevos equipos para poder funcionar, un mejor computador, un cambio en la tecnología, alguien que se ponga al frente del proyecto, arreglar el mezclador y rearmar el equipo de trabajo. Si así como sin funcionar con “todas las de la ley” lograron que una señora les hiciera los chalecos con el logo del Canal (HCTV Hormiguero), entraron a algunas ruedas de prensa y eventos en Cali con acreditación, capturaron la memoria de El Hormiguero... Cuánto más no podrán hacer si hoy logran organizarse.

Cuando arrancaron eran aproximadamente quince personas, se distribuían las tareas del canal, asumían compromisos y se capacitaban entre ellos mismos. Ahora hay muchos de ese equipo que ya no están, uno de los muchachos se fue a estudiar pues fue tanto su interés en el canal que ahora trabaja en un canal regional o nacional. El único que permanece es John Jairo, él siempre ha estado ahí.

John Jairo

John recibe la visita de una de las coordinadoras de la Red de Bibliotecas Públicas de Cali, hablan sobre la situación actual de las instalaciones, recibe instrucciones para que saque adelante un proyecto sobre primera infancia y es convocado a unos talleres que se harán en Cali. La biblioteca es un espacio agradable, los libros están organizados, esperando siempre que alguien llegue a visitarlos. Es

curioso, la biblioteca existe hace cinco años y aún no tienen acceso a energía eléctrica. Una biblioteca que convoca a la comunidad, sin un servicio básico, “ese es el tipo de cosas que pasan por aquí” dice John con tono serio.

Hace aproximadamente doce años, un día John se asomó al salón donde estaban haciendo un taller sobre medios de comunicación y aunque decían que era para bachilleres y él no lo era, se quedó. Recordó sus “recochas” en las tardes de recoger arena cerca del río, cuando cogía una tabla y simulaba que era una cámara, cuando soñaba con poder decir “*ve, vacano, estoy haciendo televisión*”. El taller lo realizaba la empresa Gases de Occidente, convocaron un equipo de más o menos quince personas a las que capacitaron durante tres meses, les dieron unos equipos, como la cámara, el editor, un mezclador, un titulador, capacitadores y todo dispuesto para desarrollar un proyecto de medio comunitario en El Hormiguero. “Nos enseñaron un poco qué era la comunicación social, el manejo de cámaras, edición, manejo de libreto, reportería, cómo hablarle al público delante de la cámara, cómo entrevistar, hicieron algunas prácticas también” cuenta John y se emociona, él tomaba apuntes de todo y todo lo preguntaba, se convirtió en un alumno aplicado. “*Todo salió de las ganas de aprender lo que era la comunicación, se quiere meter uno como en ese mundo de cuadritos*”.

John Jairo no tiene muy claro “el tema de la legalidad del canal”, solo sabe que Nelly Guapacha, la presidenta de la Junta, envió hace años una carta al Ministerio de Comunicaciones solicitando los permisos para funcionar. De hecho, él y Nelly son los “abanderados” de este proyecto, “ella siempre ha estado allí, para

corregirnos cuando se le metía el micrófono a la boca” a alguien, para corregir nuestras maneras de hablar, siempre ahí, pendiente de cada detalle”.

El propósito del canal

Para John y Nelly es necesario que las personas de la comunidad le pierdan el miedo a los medios y que al ver una cámara se puedan desenvolver pues nunca se sabe cuándo aparecerá por ahí alguien sosteniendo una en sus hombros; además, ellos coinciden en que es muy importante que toda la comunidad se pueda ver reflejada en los diferentes programas que ofrece el canal que muestran diferentes aspecto de su cultura. Con el canal llegaron a todos los rincones de El Hormiguero y sus alrededores, al principio pocos se atrevían a colaborar, a dar una entrevista, a aparecer en la cámara, *“pero eso sucede porque los medios de comunicación nunca van a los pueblos a enseñarle a las personas como construir medios de comunicación que les sirva a las mismas comunidades, no hay interés de los medios en educar a las comunidades en los manejos de estos mismos, y en cómo construir procesos de comunicación comunitarios; a los medios, como El Tiempo, El espectador, no se interesan en conocer a las personas de las comunidades, en ir a realizar entrevistas, en conocer los procesos o situaciones que viven las pequeñas comunidades, esto nunca sucede, ni sucederá”* afirma John.

Por todo esto es que nace la iniciativa del canal, es así como empiezan a grabar y la gente los empieza a conocer, las primeras grabaciones se hicieron en unos

Juegos Inter-corregimientos. Con temor de no seguir bien las instrucciones del capacitador del taller, con el temor de equivocarse y en algún momento no hundir el botón de grabar, con el sustico de no aprender a controlar la respiración en el momento de cargar la cámara. Asistieron a otros eventos y cada vez el material quedó de mejor calidad, ya la imagen salía menos opaca, menos oscura. John andaba con la cámara de un lado al otro, en las Fiestas Patronales grabó todo lo que pasó, con el manual de instrucciones en una mano y la cámara en la otra, recordando todas las recomendaciones de su “profe”, luego de un tiempo todos los compañeros del equipo aprendieron a manejar la cámara, y como no había “periodistas de verdad” les tocó a ellos representar ese rol también y entrevistar, indagar, preguntar.

Grababan y grababan sin tener aún cómo transmitir todos esos videos, así que hablaron con el encargado de la empresa Cable Unión para saber qué posibilidades había de obtener un canal donde pasar sus videos. Lo consultaron con la junta y pudieron conseguir un permiso de funcionamiento en el corregimiento. A John le hablaban de receptores, entre otros términos completamente desconocidos para él, hasta que poco a poco se fue familiarizando y aprendiendo, un amigo le enseñó a “montar” un canal. Sin satélite, sin antena repetidora, sin microondas, compraron un modulador, hablaron con el encargado de la parabólica y montaron el canal, a veces, incluso, hacían programas en directo desde Cascajal donde se hacía la misa, así la gente de El Hormiguero podía verla.

La programación

Contacto Musical se convirtió en uno de los programas con mayor audiencia en El Hormiguero, los presentadores están hablando sobre un cantante, presentan un video y se despiden: *“El tiempo para nosotros se nos ha acabado... nos vemos en una próxima oportunidad aquí, en Contactooooo Musicallll”* John sonríe y dice *“Se ha terminado, no se dice se ha acabado, son cositas que uno como director les debe corregir, me entiendes, pero son cositas”*. El programa que sigue es presentado por dos niñas de diez y once años, sonríen y se miran la una a la otra recordando lo que sigue, mirando fijamente a la cámara, saludando a su audiencia, el tema central del programa es llegar a cada vereda mostrándole a la comunidad personajes que son memorables por alguna historia o algún trabajo desempeñado, en este programa se encuentran dentro de una balsa a orillas del río, acompañan a las presentadoras unos cuantos curiosos que logran colarse al fondo del cuadro.

Uno de los programas estrellas se llama *Encuentro...* *“¿Por qué cree que se llama así?”* Pregunta John, *“se llama Encuentro porque es un acercamiento con la comunidad, con el viejito que hace figuras con madera desde hace treinta años y la señora que pelea por que les lleven el acueducto, lo hicimos para que toda la comunidad se viera reflejada ahí, en esas historias, recuerdo que a uno de los muchachos que hacía el programa lo mataron”*. Las niñas despiden el programa:

-Bueno, Johana, se nos acabó el tiempo por hoy,

-Sí, María Alejandra, se nos ha acabado el tiempo hoy aquí, desde el sector La Palmita, pero regresaremos.

-Sí, bueno, eh, agradeciendo a nuestro señor director y a nuestros compañeros.

-Hasta una próxima oportunidad.

En Contacto Musical una de las propuestas era que la gente mandara saludos, que se proyectaran y la gente se pudiera enviar mensajes, *“es que la competencia que uno tiene con los otros canales es muy brava con Caracol y RCN y toca usar la imaginación”* afirma John. La programación del canal era muy variada.

Recordemos nuestra historia se encargaba de aquellos personajes “leyendas” del corregimiento, recuerdan con mucho cariño y orgullo que una vez entrevistaron a un señor de noventa y ocho años y luego recibieron una visita del equipo del Programa *Rostros y Rastros* para que les ayudaran a entrevistar al señor. Este programa es uno de los que más recuerdan pues para ellos significaba la oportunidad constante de crearle memoria a toda la comunidad, de verse en la pantalla y saber que eso es lo que son.

Los domingos se reunían a hacer la planeación de la semana, sacar los libretos, ver las embarradas, realizar correcciones, buscar efectos, etc. Hasta una de las varias iglesias tenía su programa, *“yo a eso le meto es de todo a esa programación, ahí me he ganado unos coscorriones y unos jalones de orejas, pero hay de todo... Si vienen políticos y me pagan pues sí, también, que le hagan porque el canal tiene que sostenerse, si la presidenta me llama le digo que es un*

medio del canal para sostenerse porque si no se nos quiebra una pata y con qué la enyesamos”.

¿Futuro?

John está seguro de que si vuelven a activar el canal “la gente de una se une a camellar”. La gente se lo encuentra y le dice “*ve, me avisás para cuándo es que es que tengo unas ideas...*” El tiempo pasa, Nelly y John ven cómo el equipo de trabajo ha crecido, una de las niñas ya es madre, a los que algún día entrevistaron en algún evento los ven por ahí creciendo, y mientras el “milagro” se les da Nelly continúa con sus planes de retirarse del oficio de líder comunitaria, mientras John les lee cuentos a los niños que visitan la biblioteca, conversa con ellos y comparten charlas sobre los libros que han logrado conseguir.

5.3 CORREGIMIENTO MONTEBELLO

ASOMONTEPALMAS, CANAL DE TELEVISIÓN COMUNITARIO

Gestores: PEDRO ORTIZ Y JAMER CASTRO

La historia de Pedro Ortiz

Pedro Antonio Ortiz Cárdenas se define a sí mismo como un comunicador social comunitario, trabaja en la Casa de Evangelización de la Arquidiócesis de Cali como Catequista parroquial experto y laico comprometido con la misión de anunciar el evangelio.

Ortiz fue uno de los precursores del canal comunitario de Montebello, siempre tuvo la visión de aprovechar la cámara para realizar las denuncias de situaciones que afectaban a la comunidad; además, comentar problemas de corrupción, de violencia, presentes en Montebello. Lideró el proceso del canal por más de siete años, los últimos tres desempeñando el cargo de secretario por “condescendencia” de la Asamblea a General de Delegados y de los miembros de la Junta Directiva del canal, espacio contemplado en los estatutos que hasta ahora rigen el sistema de televisión de Montebello.

La historia de Jamer Castro

En una caja llena de polvo está lo que algún día fue el lente de una cámara semiprofesional. Es lo primero que está a la vista en las instalaciones del canal y lo primero que observó Jamer el día que llegó. Desde el año 2000 comparte en el canal su gusto por el trabajo comunitario. Es un todero de esos que llegó sabiendo muy poco de manejo de equipos y ahora se encarga prácticamente de todo. Es editor, camarógrafo, sonidista. Se retiró dos años y volvió al canal. Trabaja de lunes a viernes todas las tardes y los fines de semana dedica su tiempo a trabajar en unos programas de radio en Cali.

El presentador del programa de opinión apenas se está despidiendo y de repente en la pantalla aparece de manera abrupta un video de rock. Entre un programa y otro Jamer habla sin mayor entusiasmo, distante, tal vez por la rutina laboral en la que se encuentra. Tal vez la única frase que expresó con mucha emotividad fue cuando habló de los que hoy ya no están y que reconoce como luchadores incansables por los proyectos de medios comunitarios en Cali. *“Julián Tenorio quiso la unión de los Canales Comunitarios del Valle, en su época hubo reuniones, asociaciones y ánimo para la unidad. Desde que él se murió parece que todo se ha dispersado.”*

El canal

Montebello es el corregimiento más pequeño de la zona rural de Cali, además, el que tiene mayor densidad de población. Algunas fuentes aseguran que los vientos

constantes dificultan la recepción de la señal de televisión y que ese fue el principal motivo para que los líderes del sector se propusieran desarrollar, con más ganas que conocimiento, un sistema de televisión que les permitiera recibir señales extranjeras y les hiciera posible el sueño de realizar un noticiero de tipo comunitario. Luego de consolidar el proyecto lograron sacar adelante un canal de televisión. “Un medio de expresión apropiado para darle vida a los sucesos de la comunidad, tratar problemáticas, rescatar valores humanos, etc.”

El Canal Comunitario de Montebello comienza su historia en enero de 1995. Cinco comunicadores se dieron a la tarea de realizar un proyecto y presentarlo a la organización encargada de la empresa de cable. Seis meses después el proyecto fue aprobado, generando una serie de trabajos de tipo comunitario que convirtieron la propuesta del Canal Comunitario de Montebello en un ejemplo para sus creadores ante la comunidad nacional y hasta internacional. El mayor orgullo de la época radicaba en que eran visitados por el viceministro de juventud, diferentes organizaciones nacionales, personas del Ecuador, mensajeros del presidente de la república, entre muchos otros.

Desde siempre en cada una de las etapas del proyecto se cumplió con el objetivo principal de ser un medio que lograra movilizar a la comunidad promoviendo, creando, apoyando y generando diferentes procesos en torno a lo llamado comunitario. Problemas y dificultades se presentaron siempre pero fue fundamental la actitud de los integrantes del equipo que siempre tuvieron como objetivo convertir estos problemas económicos, técnicos y formativos en obstáculos para enfrentar y sacar adelante. El generar por parte de la comunidad

un método de apropiación hacia el sistema de antena parabólica, el recibir el apoyo humano y económico a través de la cuota. dio algunos frutos, como el reconocimiento que recibieron hace algunos años por parte del Ministerio de Cultura al nombrarlos como el “*Tercer Proceso de Comunicación Comunitaria en el país*”, esto afianzó un mayor sentido de identidad de parte de la comunidad hacia el canal, así como lograron mayor apoyo hacia cada proyecto emprendido.

En 1996 la Asociación de Televidentes del Corregimiento de Montebello contaba con un estudiante de la Universidad del Valle que comenzó a realizar un proyecto con estudiantes de la Escuela San Pedro Apóstol y el Colegio Antonio Ricaurte, uno de los objetivos básicos del proyecto era la realización de un programa para el canal. El proyecto tuvo que ser suspendido cuando salió el Acuerdo 006 de 1996, que cambió rotundamente las cosas al no permitirles tener programación propia para ser transmitida por algún canal del sistema de cable.

No obstante, el canal encontró en los proyectos sociales y en la ayuda hacia la comunidad su razón de existir. Desde campañas sociales y teletones para promover el mejoramiento de espacios como la biblioteca, el cementerio o la capilla, hasta el cubrimiento de importantes eventos locales, como reinados, fiestas, reuniones, asambleas, campañas cívicas y culturales, por ejemplo “*Limpieza de Montebello*”, jornadas ecológicas, arreglo de escenarios deportivos, etc. También lograron producir videos institucionales a empresas comunitarias, programas de radio y televisión que siguen vigentes hoy en día.

En el año 2000 presentan un proyecto ante el Comité de Planificación de Montebello lo cual resulta muy beneficioso para ellos pues comienzan a recibir el apoyo del municipio a través de la Secretaría de Cultura y Turismo. Logran

tecnificar un poco el proceso del canal y obtienen en comodato equipos por más de dos millones de pesos.

La Junta Directiva de la Empresa de Cable presionó al equipo del canal para que se acogiera a la reglamentación que exigía en ese momento la CNTV, esta presión generó que el sistema tuviera que pagar el trabajo de dos personas que sirvieran como coordinadores y motivadores del proceso.

El auge del Canal Comunitario de Montebello les permitió en un momento participar en procesos sociales municipales y departamentales. El impacto logrado por ellos dentro de su comunidad hizo que estuvieran presentes en procesos como la campaña “Red Social Enredémonos por lo Sano”, una experiencia que reunió casi cien procesos comunitarios y en la que participaron cerca de diez jóvenes del corregimiento de Montebello que participaron en talleres sobre producción de videos con énfasis en lo comunitario, programas de radio, creación de historias, movilización social. Enredémonos por lo sano fue creada una estrategia en la Universidad del Valle como parte de una alianza entre las Organizaciones Comunitarias de Cali y las Instituciones, para promocionar estados de vida saludable desde la experiencia, las necesidades, los saberes y el compromiso de la gente. Desde 1999 comenzó a trabajar en el fortalecimiento de la organización social de las comunidades urbanas y rurales del municipio de Cali, facilitando espacios de discusión y herramientas metodológicas para el desarrollo de estrategias de comunicación y movilización social para la promoción de la salud integral, diseñadas por grupos de base en el ámbito rural y urbano del Municipio de Cali. En el 2003 comenzó a trabajar en la iniciativa Construyamos juntos el proyecto Telecentros para el Desarrollo Social y Cultural de Cali y el Valle,

trabajando con la Red de Instituciones que prestan Servicios Alternativos por y para jóvenes, PSIJ-Cali. En ese contexto fortalecieron alianzas interinstitucionales con apoyo de la Secretaría de Desarrollo Social de la Gobernación del Valle - proyecto Juventud, y con la Empresa Regional de Telecomunicaciones E.R.T - proyecto Edunet, con el fin de hacer realidad para el Valle los *Centros de comunicación para el desarrollo comunitario con acceso a internet*, dinamizados desde jóvenes para toda la comunidad.

Dentro de los objetivos el canal de Montebello trabajó en generar espacios radiales, audiovisuales e informáticos que fortalecieran los procesos que trabajaban por la convivencia y la resolución pacífica de los conflictos. Propiciar la manifestación cultural de los jóvenes en busca de espacios de participación a través de procesos artísticos y creativos teatrales, comunicacionales y literarios. Recuperar y fortalecer espacios de expresión masiva de la ciudad a través de la revitalización de canales de expresión comunitaria. También participaron en la Red de Canales Comunitarios del Valle del Cauca, un proceso coordinado por la Asociación Mujer Arte y Vida, en el que lograron producir videos sobre la salud en el departamento.

Un Movimiento Político los benefició entregándoles una cámara de video valorada en seis millones de pesos a través de un proyecto que debió ser defendido varias veces y que era ajeno a las gestiones de la secretaría del canal. Esta cámara quedó en calidad de comodato con la Gobernación del Valle y con la Secretaría de Desarrollo Social, el acta de dicho acuerdo se encuentra en los archivos del señor Pedro. La cámara, una Panasonic Súper Vhs AG 456, no contaba con seguro

contra robo o daño pues ninguna aseguradora se comprometió a entregar un seguro debido a las condiciones del comodato. La solución fue crear un mecanismo para que el que la usara asumiera la responsabilidad por la misma. A cambio de la cámara los gestores del proyecto se comprometieron a realizar diez programas de beneficio social, entre ellos el Noticiero Comunitario de Montebello, proceso vivido en la etapa de Radio por Televisión.

A finales del año 2001 la Junta Directiva de Aso-Montebello, comenta don Pedro, *“decidió que el objetivo del sistema originariamente era y así debía seguir siendo, el permitir que la comunidad viera televisión, el Canal Comunitario apareció como proceso adjunto y que si bien permitió generar procesos sociales en la comunidad, la normatividad nos obligaba a declinar en el intento de tener este espacio. Por este motivo se encaminaron todos los esfuerzos en fortalecer la empresa y a dejar que el Canal Comunitario siguiera con la fuerza que venía y generando procesos que no absorbieran la fuerza de la Directiva y de los recursos de la empresa.”* En ese momento y durante todo el año 2002, se dieron procesos de concertación, entre programadores y Secretaria de Canal Comunitario para sobrellevar y minimizar el impacto que en la comunidad causaría el cierre definitivo del proceso. Pasaron de tener dos personas en la coordinación del canal a tener una sola persona a la que le pagaban cien mil pesos mensuales por desempeñar diversas labores en el canal: la responsabilidad del manejo de los equipos en poder del Canal Comunitario –los propios y los que estaban en comodato-, la transmisión de los mensajes por el generador de caracteres, adquirido en 1999 y al que no se le había hecho ningún mantenimiento técnico adecuado. El Generador de Caracteres era usado para la transmisión de mensajes cívicos solicitados por organizaciones

locales (Escuelas, Junta Comunal, Colegios, etc.), el comercio privado, etc. pagaban alrededor de 18 mil pesos quincenales o la cuota que acordaran con la Administración. Este dinero, en promedio cincuenta mil pesos mensuales, servía para ayudar con la remuneración del coordinador, en la reparación de algún equipo, etc. En el momento en que no se sabía qué iba a ocurrir con el canal algunos programas se suspendieron, por ejemplo dos de ellos producidos por Nelson Victoria y Hernando Cardona, Ecología en Acción y Hablemos de Aguas, respectivamente. Para Pedro hay situaciones que en el informe que presentó el día que entregó sus responsabilidades frente al canal quedaron pendientes, aclarar quiénes iban a asumir ciertas responsabilidades, quiénes iban a seguir liderando algunos de los muchos proyectos que él había comenzado, etc.

Cuando Pedro Ortiz decidió hacer una entrega oficial del canal a los miembros de la junta directiva, algunos jóvenes pasaron una propuesta para que el canal continuara activo, una propuesta “digna de admirar” en sus palabras pues se proponían un trabajo en conjunto para analizar la situación jurídica del sistema y llegar a acuerdos de trabajo, abordar la discusión desde la generación de una movilización social desde otros medios de comunicación, acciones o procesos conjuntos con otras instituciones comunitarias. Dentro de la propuesta para don Pedro era necesario no incluir la falta de equipos pues aún sin tener equipos cien por ciento propios habían generado hasta ese momento programas de alta calidad. Logró también entregar una serie de cables que no estaban cuantificados ni codificados, cables conectores que a veces se usaban una sola vez para las transmisiones en directo y perdían su uso. Otros equipos (VHS, Gold Star, un

Betamax, y que fue donado por un usuario del sistema) fueron dados de baja al cumplir su vida útil y al resultar “tecnología obsoleta” para las necesidades del canal. Según don Pedro otros equipos se encontraron en “pésimo estado” y sugirió a la administración el sacarlos del inventario: una cámara Toshiba, audífonos, un betamax, una cámara Panasonic, micrófonos, un cronómetro, etc.

La producción del canal en todos sus años de funcionamiento estuvo siempre a cargo de lo que Pedro llama “personas naturales”, es decir, no de un equipo de trabajo del canal, solo personas que dedicaron su tiempo y recursos en sacar adelante el proyecto. Es por eso que mucha de la historia audiovisual de procesos y programas se encuentra en videotecas particulares. La mayoría de los archivos del canal no se encuentran en el archivo del canal, éste pertenece a particulares. Lo que se puede encontrar en el canal son 176 casetes de video con la historia más reciente del canal, archivos de programas, los musicales, algunos eventos, grabaciones de las Asambleas de la Junta Directiva, reuniones, entre otras; además cuentan con aproximadamente veinte casetes de audio que contienen la música usada para animar los videos y los anuncios que se transmiten a través del canal.

El presente

En estos momentos existe una sola cámara que funciona apropiadamente, pero ésta no sale del canal por motivos de seguridad, así que se le debe pedir permiso a la junta directiva si se necesita y el trámite es tan largo que hace meses la

cámara permanece intacta. Jamer ha vivido muy de cerca la historia del canal, lo suficiente para afirmar que la junta directiva actúa como un pulpo que todo lo controla, además, toda decisión grande o pequeña debe pasar por su aprobación. La Junta sabe que para que la empresa pueda seguir prestando el servicio de cable debe contar con el canal comunitario, es por eso que no dejan de funcionar. Llega el presentador del siguiente programa y le pide a Jamer que le actualice los datos de las últimas fechas de la jornada deportiva, *“tranquilo que para eso está San Google”* dice con una sonrisa.

Las instalaciones del canal son viejas, todo es viejo, desgastado y sin color. El piso, el techo, los muebles. Las paredes están adornadas con letreros de impresoras viejas. Hay un calendario de hace cinco años colgado en una esquina. En un pequeño espacio está todo. El archivador, el computador, la mesa, la cámara, la luz y el micrófono.

Asomontepalmas cuenta con treinta y seis canales y cubre Montebello, la vereda Las Palmas que pertenece al Corregimiento de La Castilla, Entrerríos, Brisas de Montebello, que pertenece al corregimiento de Golondrinas y gran parte de la vereda de Campoalegre. Cuenta con junta directiva, presidente, vicepresidente, tesorero, secretario y vocal. Las reuniones se hacen con los usuarios que están activos, ellos determinan el costo mensual del servicio. Esta empresa comunitaria presta los servicios de televisión por cable a todo el corregimiento de Montebello y sus veredas hace aproximadamente quince años.

Programación

Los martes en la tarde llega don Tiberio con zapatos muy bien lustrados, camisas intactas, corbatas coloridas y un maletín con recortes de periódicos, revistas y con un dvd donde tiene el material que va a pasar al aire. Presenta el programa que escribe y dirige llamado “*Historia, música y de todo*”. Sus notas resultan posturas críticas sobre el acontecer político, social y ambiental del país. Dice que el contenido varía mucho cada semana, que todo depende de los ánimos y los sucesos.

Cuando no hay programación, por ejemplo los fines de semana, es común que pasen los anuncios de los programas que se hacen entre semana, que pasen algunos clasificados muy sutiles pues la idea es que no hagan menciones comerciales. A veces los del Movimiento MIRA aprovechan el espacio que por Ley les debe ser otorgado, son los únicos políticos que aprovechan ese espacio.

El archivo

Los programas son en directo, no hay manera de archivarlos o de guardar copias. Con cierta nostalgia don Héctor Patiño comenta: “*hombre, James, no habrá manera de grabar el programa hoy... mire que quedó lo más de pispo. Qué lástima, ojalá me lo pasen en el Canal Universitario, un amigo me dijo que me iba a ayudar*”. Héctor Patiño es un periodista que tiene un programa llamado *Música Colombiana y más*. Saluda a la audiencia hablando de un personaje histórico al que le han hecho una novela en uno de los canales privados. Consciente o

inconscientemente le acaba de hacer una publicidad decente al canal que podría representar una especie de competencia. Patiño tiene más puestos que un bus, trabaja en varias emisoras, ha escrito para algunas publicaciones y aprovecha el espacio que le brinda el Canal Comunitario.

Jamer afirma que ojalá en los canales privados dijeran la mitad de las cosas interesantes que estos hombres nombran en el poco tiempo que tienen... cada uno hace profundas reflexiones, muy a su manera, con un estilo muy propio, de los acontecimientos más interesantes del momento. La política, la historia, los sucesos curiosos... son mezclados de manera abrupta con pequeñas notas y comentarios sobre las historias asombrosas que aparecen en el Q'hubo.

El programa de música colombiana abre el día con un video de *El camino de la vida*, composición de autor desconocido, versión interpretada por el músico antioqueño Héctor Ochoa junto a una sinfónica. *“Bella canción ¿cierto Jamer? Le agradecemos a este muchacho, querida audiencia, su apoyo incondicional para este programa. Y luego cuando ellos se van, algunos sin decir adiós el frío de la soledad, golpea nuestro corazón es por eso, amor mío, que te pido por una y otra vez, si llego a la vejez, que estés conmigo. Yo creo que ya no hacen canciones así”*. El video tiene muchísimos años. Este hombre se dedica a “rescatar y difundir” las grandes leyendas de la música colombiana a través de las décadas. Boleros, pasillos, bambucos, hacen parte de su programa.

Pedro Ortiz habla de su salida del canal como un paso más que dispuso Dios para su vida y que las múltiples experiencias y aprendizajes que tuvo en todo el tiempo

que luchó por sacar adelante el proyecto del canal hicieron de él lo que es hoy. Un hombre disciplinado, amable, que tiene claro que desde un canal de televisión comunitario, desde un blog, en una conversación o en un texto escrito siempre deberá entregar un mensaje, eso ahora lo tiene más claro que nunca.

Jamer Castro está en la empresa porque sí, porque es un trabajo y porque le gusta, para él todo se ha vuelto muy simple. Antes denunciaba a través del noticiero y dice que esos días eran mucho más peligrosos e interesantes, pero empezó a comunicar más de lo debido para ciertos sectores del corregimiento, empezaron a recibir amenazas y tuvieron que suspenderlo. Ahora se dedica a coordinar los equipos, la edición y montaje de los programas, a recibir el material, organizarlo, etc. *“La junta directiva me ha pedido que deje las críticas a un lado y me comporte y eso es lo que he hecho”* dice sin quitar los ojos de la pantalla del computador.

5.4 BARRIO EL DIAMANTE, CALI

CANAL DE TELEVISIÓN COMUNITARIO ASCUANPAC

Gestor: ROBERTO SIERRA

Este perfil en particular es apenas el comienzo de una historia con más personajes, más historias y experiencias por explorar. Roberto hace parte de la historia de Ascuapac y Asoparábica, canales que no solo nacieron en El Diamante, también en otros barrios pertenecientes a las comunas 13 y 10. Además de Roberto Sierra existen otros personajes vitales como Henry Díaz. Por lo pronto a continuación presento parte de la historia de Roberto Sierra, sus luchas incansables, su resistencia social, su interesante historia de vida frente a los procesos comunitarios.

Roberto

Son las once de la mañana y Roberto Sierra, un joven empleado que apenas lleva unos meses en la empresa, espera con paciencia sentado en una de las sillas rimax, vieja y descolorida, que hay afuera del despacho. Es la tercera vez que se sienta en menos de dos meses, que espera, que cuenta las grietas de las baldosas grises y azules que adornan la pared. Cuando Roberto entró a trabajar a la empresa pensó que sería uno de esos empleos en el que, con el paso de los

años, con cierto buen desempeño, algunas buenas relaciones y unos cuantos amigos, ascendería y tendría una buena pensión. Las cosas se desarrollaron de otra manera. Terminó defendiendo a un compañero de trabajo que *“nunca tuvo voz suficiente para reclamar por una violación a su contrato laboral, palabras más o palabras menos se trataba de cierta explotación laboral en pleno cierre del siglo XX”* comenta.

Roberto Sierra fue dirigente sindical durante treinta años en una empresa privada del Grupo Santo Domingo. El ser dirigente sindical lo forjó y preparó. Comenzó a trabajar a los dieciocho años, a los veintiún años fue despedido y estuvo cuatro años por fuera, *“a la larga todos estos caminos recorridos explican por qué de pronto terminé metido en esto de la actividad comunitaria, mi perfil social y mi compromiso”* expresa con una sonrisa.

A los dieciocho años estuvo a punto de ser despedido antes de cumplir el periodo de prueba por defender al “señor sin voz”. Afirma que se salvó del despido porque su cuñado, que era jefe de sección, lo recomendó. A partir de ese momento nació en él un compromiso, una deuda de gratitud con el cuñado quien cada vez que se lo encontraba le decía *“no me haga quedar mal”*. A los cuatro meses de estar trabajando en la empresa ya era directivo sindical cuando lo regular era que se debía tener como mínimo un año de antigüedad. Durante ese año fue despedido pues ayudó a gestar, organizar y realizar la *“primera y única gran huelga que ha sufrido Avianca, para Santo Domingo Avianca era como la imagen, lo de mostrar, lo más lindo, él era dueño de Bavaria, de Almacenes Ley, de unas doscientas empresas, más, pero simbólicamente Avianca era la insignia en el mundo y era*

para sectores muy exclusivos de la sociedad.” Hacer una huelga de más de setenta días cuando no se permitía que esto sucediera -pues se suponía que era un servicio básico de transporte- representó para Roberto y todo su equipo un gran logro, aunque para muchos lo que hicieron fue una agresión a la institucionalidad, *“estos tan irresponsables, parar a Avianca, la bandera de Colombia en el mundo”*, para ellos de ahí surgieron una serie de conquistas, de beneficios que no se habían tenido en toda la historia de la empresa.

Fue despedido a raíz de sus acciones en la huelga, duró cuatro años pasando mucho trabajo, sobre todo el último año, en el que ganó la demanda emprendida contra Avianca cuando por fin *“ya estaba vinculado laboralmente en un empleo muy prosaico, no era nada”* dice Roberto, era mesero en una pizzería, había tenido que aceptar ese empleo en esos años de angustia. Cuando le salió la demanda si aceptaba el reintegro salía perjudicado económicamente porque ya en la pizzería *“se ganaba el salario mínimo y las propinas eran muy buenas”*. El fallo del juzgado obligaba a la empresa a que se reintegrara pero con el salario que estaba devengando, es decir, salarialmente se regresaba cuatro años... *“pero yo decía, no, cómo así, le gano a Julio Mario Santo Domingo, al dueño del país, le gano una demanda por una huelga y no voy a regresar... no me voy a dar ese placer... por supuesto que regresé”*.

Luego del reintegro en Avianca fue despedido aproximadamente seis veces, nunca por mal trabajador pues siempre sostuvo que para poder exigir él debía ser ejemplar, *“eso me dio una gran disciplina, nunca fui amonestado, nunca fui sancionado, tenía cartas de referencia de los jefes, de los supervisores por ser*

cumplido, nunca llegar tarde, en fin". Unas dos o tres veces se hizo incapacitar porque había tareas del sindicato o una asamblea nacional y no le daban el permiso... Roberto iría como fuera pues para él su labor como sindicalista era fundamental.

Roberto recuerda sus días como sindicalista con mucho detalle, su segundo despido coincidió con el asesinato de Bernardo Jaramillo, candidato presidencial de la Unión Patriótica. Sus seguidores a lo largo y ancho del país salieron a las calles como señal de protesta. En Cali integrantes de la Unión Patriótica decidieron tomarse la emblemática Iglesia La Ermita. Afuera se quedaron unos hombres que no estaban encapuchados para que no sacaran a los muchachos que permanecían encapuchados adentro de la iglesia. Durante cuatro días a través de ese acto simbólico le decían a Colombia que igual que millones de colombianos ellos también repudiaban el asesinato. Roberto Sierra se encontraba en la parte de afuera de la iglesia, para él ese acto era *"como la reivindicación al derecho de la diferencia de opinión"*.

Luego de este suceso el ambiente en la empresa se volvió más y más tenso, los días de toma de la iglesia debían estar trabajando, produciendo, no haciendo protestas. El jefe de personal sostuvo que Roberto estaba enfermo y que por eso había faltado al trabajo, que le podía conseguir una incapacidad para que no fuera despedido. Para Roberto eso fue como un insulto, no podía creer que luego de encerrarse en una iglesia como La Ermita, en pleno centro de Cali, descubiertos, dispuestos a que les pegaran un balazo, tuviera que decir en el trabajo que estaba enfermo del estómago o cualquier cosa, entonces hizo un mitin diciéndole a la

gente “no, mire, es esto, es el derecho a la vida, es la protesta hacia los sectores que están imponiendo la violencia como forma política”, por supuesto, fue despedido pero esta vez el proceso pasaría por todo tipo de instancias.

Cada ‘solicitud’ se convirtió en un *acto político*, la primera audiencia fue con el jefe inmediato, la siguiente con el Gerente Regional, se ratificó el despido porque la orden venía de Bogotá directamente, después a la tercera instancia venía el vicepresidente de la compañía, casi no se puede hacer la audiencia porque la gente lo recibió con un mitin, con señalamientos, de verdad había un convencimiento de que ese no era un proceso laboral sino un proceso político. Resolver si la empresa despedía o no a Roberto Sierra fue un proceso que duró cuatro meses. El vicepresidente tuvo que viajar varias veces para asistir a las audiencias, algo que no era nada común, al final la decisión fue cambiar el despido por dos meses de suspensión.

Para Roberto es en este punto donde nace la propuesta de un medio alternativo de comunicación como un trabajo. El movimiento sindical colombiano estaba entregando una orientación a todos sus integrantes, debían cambiar la rutina porque estaban en peligro, asesinatos, desapariciones, entre otros, se convertían en la cotidianidad de Roberto y sus amigos. “*Cambiar la rutina era casi dejar el trabajo, fue muy duro para mí pasar de estar al frente de tantos procesos a prácticamente como le decíamos a eso tomar el escudo de las masas, es decir, meterse con los vecinos para que fueran ellos los que lo protegieran a uno*” afirma en tono reflexivo. Él optó por trabajar en su barrio sacando adelante un grupo infantil de danzas gracias al apoyo de dos niñas –Carmenza y Liliana- quienes le

enseñaron desde cómo montar una danza hasta cómo manejar un grupo; recuerda que llegaba los fines de semana y no lo dejaban descansar, se encontraba con un poco de muchachitos ansiosos por bailar salsa y participar en un concurso que él se había inventado. Esta experiencia le permitió acercarse a todo el barrio, a conocer los intereses de niños y padres, su hija estuvo a su lado todo el tiempo participando, su esposa se encargaba de los vestuarios del grupo, su perfil *“fue bajando”* y fue menos peligroso salir a la calle.

La televisión comunitaria

Roberto Llegó a la televisión comunitaria en 1992 o la televisión comunitaria llegó a Roberto... *“hemos tenido cualquier cantidad de dificultades pero también cualquier cantidad de satisfacciones, es que es muy bacano hacer lo que a uno le da la gana...”* Les iba muy bien hasta que la televisión por suscripción comenzó a *“hacer de las suyas”*, *“ya nadie tiene TV libre, no puede, es decir, por más que tú... puede que tú montes una antena pero la señal te llega mal porque el espacio está muy saturado de señales entonces se te mezcla por esa antenita de aire entonces te toca encaramarte en el techo tratar de cuadrar y no recibes para ver, además te llegan tres o cuatro canales y los muchachitos en tu casa pidiéndote los muñequitos y pidiéndote el fútbol, entonces te tienes que amarrar a un verraco cable de esos, ¿no es cierto?... entonces, desafortunadamente así está. Ahí está el gran negocio hoy en día.”*

El canal

A las tres de la tarde llegan dos señoras a la oficina, hace calor, el único ventilador de la habitación parece haber librado más batallas de las que pensó su fabricante que libraría, bota aire caliente, lo que hace aún más pesado el ambiente. Las señoras preguntan por Roberto... Del otro cuartico sale Roberto vestido con camisa blanca, sonrío mientras habla por teléfono, está pidiendo una nueva ayuda para el festival de baile y parece que al otro lado de la línea no quieren ceder. Saluda a las señoras como si las conociera de toda la vida, se presenta con gran entusiasmo, todo en él es así. La oficina queda en las instalaciones de la JAC de la Comuna 10. Habla del canal comunitario con mucha alegría y sustenta sus argumentos en los libros que poco a poco ha conseguido sobre el tema de la televisión comunitaria en el país, dice que sabe que es poco lo investigado, que existen muchos supuestos y, sobre todo, muchos vivos que la apuestan siempre a sacar el mayor provecho a cualquier situación. El canal queda en el barrio El Diamante, en la Comuna 13. En palabras de Roberto que los canales permanecieran en los barrios fue un reto cada vez mayor, la situación se fue complicando en la medida en que llegaron otras opciones al sector, *“este puede a veces llegar a ser un barrio arribista, muchos dicen no pues yo puedo pagar una antena parabólica, un Sky o un Direct TV”*.

En San Carlos tenían la empresa *Asu-Parabólica* con licencia de la Comisión Nacional de Televisión para operar televisión, con la que los enfrentamientos y problemas eran comunes, cada vez que había alguna visita investigando los canales comunitarios para saber quién estaba *“pirateando”* llegaban al barrio.

Cuando conformaron una red de televisión comunitaria, a la que llamaron *Federación de Televidentes del Valle* (FEDERATEVÉ), comenzaron a trabajar en más de quince municipios. El trabajo con la Federación era arduo pues estaban recuperando en diferentes municipios antenas que candidatos a la alcaldía o *traquetos* habían patrocinado. Con mucha frecuencia algunos candidatos llegaban diciendo “*bueno, si ustedes votan por mí yo les monto la antena parabólica, pues es lo que está de moda*”. Una vez les montaban los equipos las personas no eran capaces de unirse y manejar las cosas, por eso muchas veces llegaban empresas como Cable Unión y se apoderaban de todo. El alcalde de La Victoria los demandó porque lograron que muchas personas recuperaran la empresa comunitaria y sacaran a Cable Unión, fue en el momento en el que crearon la Federación que cobijó más de diecisiete municipios.

Roberto afirma que la televisión comunitaria no puede tener los canales que quiera, aunque se tenga el dinero, pues mientras una empresa de cable “*puede tener cien canales codificados, veinte de porno, diez de no sé qué, la comunitaria solo puede tener siete canales y escoger es muy difícil*”. La selección se complica, hablan de Discovery y Animal Planet, el Discovery de salud, el de turismo, sin dejar por fuera “*uno cultural, tenemos CubaVisión que es muy cultural, muy de salud, es como la única cosa diferente que logramos tener, uno deportivo, entonces que hay que escoger uno de deportes y no cualquier deporte, no un deporte universal sino que tiene que ser fútbol porque la gente lo que ve es fútbol. Y entonces como es que los partidos de la Copa Libertadores de América sólo los transmite Fox Sports entonces tú tienes que meter ese porque si no la gente no se*

te afilia tampoco, *uno de muñequitos, uno de noticias, tienes esa gran limitación, y tú vas y haces una promoción 'mire compañero, la TV Comunitaria...' '¿sí?, ustedes tienen CNN?' 'No, ese no' 'Ah no, es que yo veo las noticias sólo en ese...' '¿Ustedes tienen, como es que se llama ese... Telecosa, el mexicano de las novelas?' 'ah, no mi señora, ese no lo tenemos'.*

“La TV Comunitaria no puede competir con los canales comerciales, llenarnos de canales porquerías y pagándolos no hay derecho...” Para Roberto uno de los más grandes logros del canal, algo que los hace diferentes, es que lograron sostener la señal de Telesur las veinticuatro horas. Afirma que al menos en este canal se tiene una visión diferente del acontecer en Latinoamérica, *“tú te estás dando cuenta qué está pasando en Nicaragua con el TLC, la tragedia de los campesinos mexicanos con el TLC, ese lo tenemos ahí”.*

¿Fibra óptica?

Para hacer competitiva una empresa comunitaria se necesitan sacrificios, dinero que sale del bolsillo de los gestores, deudas feroces y mucho temple. La empresa logró obtener fibra óptica *“nos tocó meternos a eso de la fibra óptica porque había que pasarle a la gente un poco de canales así sean caspa, si me entiendes... porque tú no puedes competir contra cien canales con tres o cuatro canales, la gente no se te afilia, la gente no es tan romántica como para decir “ah, sí, yo para apoyar el canal comunitario me quedo ahí” no lo hacen...te preguntan “¿cuántos canales” si tienes veinte “no, es que yo estoy con una empresa que tiene cien”*

entiendes... entonces ahora nosotros tenemos 68 canales, casi todos libres, de esos canales nacionales de Perú, de Ecuador, pero hay una oferta buena. Hoy en día también hay muchos países que están manejando otro discurso y entonces ya los canales bolivianos llegan con una información diferente o el paraguayo, me entiendes... Nicaragua, de Guatemala, hay una visión un poco diferente... pero no es competencia y todo eso para poder sacar al aire el canal comunitario y mantenerlo, porque sólo el canal no se vendería". Desventaja: cualquier otra empresa de TV por cable que tenga fibra óptica puede prestar el servicio de internet, de telefonía y de televisión, es decir, eso a lo que llaman el combo... la televisión comunitaria no, aunque tecnológicamente tenga la posibilidad.

El canal comunitario ha logrado cosas que nadie se explica, por ejemplo tener doce horas de producción propia sin personal, sin equipos, como afirma Roberto *"tenaz, tenaz... pero claro, sin la calidad televisiva que uno quisiera o que la gente merece, porque no tenemos las cámaras modernas"*, comenta que él hace programas con una cámara de dos millones de pesos, una Panasonic pequeña que tiene buena señal, pero que tiene muchas limitaciones. Los programas transcurren entre los espacios deportivos, los de "variedades", los musicales, existe una producción de comerciales para ofrecer establecimientos comerciales y productos de los barrios que reciben la señal, entre otros. En el canal hay dos cámaras "más o menos buenas" pero no se puede salir con ellas porque como andan en bicicleta o a pie es peligroso.

El "mico" del canal

Al tener encima a la Comisión de Televisión idearon una estrategia para seguir funcionando, cancelaron la licencia, *“les dijimos: gracias por su licencia pero no podemos seguir...”* y empezaron a trabajar con otra empresa que quedaba en otra comuna, en la Comuna 12, que era más pequeña pero que estaba “virgencita” en la Comisión, no tenía problemas, no había ninguna queja. Ascuanpac existía con personería jurídica y no pasaba nada con ellos ante la comisión, hicieron una estrategia que les funcionó muy bien, decidieron cambiarle los estatutos y todo a la empresa comunitaria de la Comuna 12 y meterle un “mico” a la Comisión a ver si pasaba. *“La Ley de Televisión dice que tú no puedes pedir una licencia sino diciendo de qué barrio a qué barrio y de qué calle a qué calle con todas las señales, tú no puedes hacer como las otras empresas meterte donde te dé la gana, y dice que es para un barrio o una asociación de barrios, dos o tres barrios, eso es lo que es una TV comunitaria según la Comisión”* explica con paciencia Roberto. Hicieron una nueva redacción de estatutos y metieron un mico que decía *“para los barrios tales y tales de la Comuna 12 y área de influencia”*, eso fue, *“tres palabritas... le metimos ese mico, no fue más la reforma que le hicimos a los estatutos y la despachamos a ver qué pasaba y pasó”* comenta. La Comisión de TV sacó aprobados los nuevos estatutos y una nueva licencia para producir y transmitir televisión comunitaria sin ánimo de lucro para la Comuna 12 y “área de influencia”. Resulta que en Colombia no está definido qué es un área de influencia, pero internacionalmente sí, se salieron con la suya y empezaron a arreglar la empresa.

Luego de este suceso empresas como Telmex, que era Cable Pacífico, Cable Unión, Visión Satélite comenzaron a denunciarlos ante la Comisión Nacional de Televisión por estar *“fuera del territorio estipulado”*, todo por las tres palabras *“área de influencia”*. La Comisión los persiguió, los molestó con *“el cuento de los Derechos Internacionales de Autor y las normas internacionales que rigen eso, nosotros les dijimos no, es que las normas internacionales dicen que el área de influencia es que nosotros estamos compartiendo las mismas vías de tránsito, para ir a la Comuna 21 hay que pasar por la Comuna 11, por el ladito pero pasa por la Comuna 11, que hay vecinos de la Comuna 12 que utilizan el centro de salud que está en la Comuna 13, es decir, le establecimos área de influencia, le demostramos que hay influencia, transporte, vías de comunicación, centros de salud, instituciones educativas, si no hay influencia y no ni área de influencia entonces... y así lo frenamos”*.

Luego de esta batalla llegó una nueva. Nunca le habían pagado a las Empresas Municipales por el uso de los postes pues habían argumentado que eran una empresa comunitaria sin ánimo de lucro, sin un equilibrio económico, sostenida porque *“los que se meten en este cuento rara vez cobran, si acaso le pagamos al contador o a ciertos profesionales de cosas que no podemos hacer nosotros”*; Roberto afirma que si no podrían pagarles a todos si así se tuviera que hacer, camarógrafos, junta directiva, entre otros. Pero ahora deben pagar la misma tarifa que paga una multinacional, una empresa comercial, el punto es que *“mientras empresas como la del multimillonario ese, la Telmex, tiene un afiliado casa tras*

casa, la empresa comunitaria puede tener un afiliado acá y otro a dos cuadras más abajo, por eso no tiene el mismo mercado ni la misma oferta”.

El canal comunitario está en siete comunas con diez mil afiliados, la mayoría de ellos no pagan la cuota completa que se les pide por el servicio, jamás han denunciado la falta del pago de nadie, ni han pretendido embargar o algo parecido a quienes no entregan el dinero. Hay sectores difíciles donde no puede entrar un técnico a desconectar el cable pues sale amenazado *“bájate de ahí o te mato, así nos ha pasado, a veces Aguablanca tiene lugares muy conflictivos donde nuestros técnicos no pueden entrar y los de otras empresas andan hasta con guardaespaldas armados y ahí sí los dejan entrar, andan en carro, nosotros... nuestros técnicos andan en un triciclo con el cable al hombro”.*

Las condiciones son muy desiguales y sin embargo pagan lo mismo que las grandes empresas. Roberto comenta que él sabe que hay un Fondo Nacional de Promoción de la Televisión y que este queda en manos de los canales privados, *“les pagan para que hagan dramatizados y no sé qué más, a la TV Comunitaria antes nos toca es pagarle a la Comisión el 10% por cada peso que entra y si hay publicidad el 13% por la publicidad aparte del IVA, me entiende... así es muy complicado”.*

El presente

El Plan de Desarrollo del barrio los tiene presentes: *“Ampliar redes del canal comunitario para todos los barrios”.* Hoy el canal se encuentra en ocho comunas,

en ciento quince barrios, no todo el mundo está afiliado pero tiene esa posibilidad, es decir, están allá físicamente con cable con esa posibilidad de crecer y, por supuesto, han crecido. En este momento la empresa puede tener alrededor de doce mil hogares afiliados. Ahora esperan saber qué va a ocurrir con la llegada de una nueva tecnología, es fácil para una familia en una casa afiliarse a un nuevo sistema, no es así para la empresa comunitaria que tiene que hacer cambio de equipos, cableado, etc., no está en condiciones de hacer eso de un momento a otro.

Roberto Sierra habla sin pausas, dice que es mucho lo que tiene para contar, que son muchas las cosas que le han pasado y que tiene muy claro lo importante y necesario que resulta lo que para él significa la *“democratización de los medios, es muy difícil, es que mientras allá en RCN –que se llama es Radio Casa de Nariño– estén pasando sólo los boletines del ejército, los boletines del presidente, los boletines de los corruptos... y la gente sea eso lo que esté absorbiendo, pues para mí eso es sumisión, entonces no es casual que tengan unas encuestas del 98% de credibilidad por ejemplo, nos toca un trabajo muy duro a nosotros.*

5.5 MUNICIPIO EL DOVIO

DOVISIÓN, LA TELEVISIÓN DE EL DOVIO

Historia

La historia de *Dovisión TV* es parecida a la historia de otros canales de televisión comunitarios que no parten de un sueño romántico o de una utopía, ni parten de una lucha colectiva por buscar un espacio comunitario para poder expresarse, simplemente mediante el Acta 010 de 2007 y, amparado por el Acuerdo 009 del 24 de octubre de 2006 regulado por la Comisión Nacional de Televisión, *Dovisión TV* fue creado por la Asociación de Televisión Parabólica de El Dovio, municipio ubicado al norte del departamento del Valle.

La junta directiva de la Asociación de Televisión Parabólica les propuso a los profesores Fulvio Cabrera y John James Arbeláez ser los promotores de una importante propuesta audiovisual. Los profesores participaron en talleres y seminarios en Cali y, además, tuvieron la oportunidad de asistir a un diplomado sobre Medios Audiovisuales en la Universidad Nacional de Colombia. En el mismo año la Comisión Nacional de Televisión –CNTV- hizo extensivo a todo el país un taller llamado Producción Propia, en donde estudiaban el Acuerdo 009 que abría espacios para reflexionar sobre la regulación del servicio de televisión comunitaria y “*limitar la privatización de los canales locales e impulsar la televisión sana,*

cultural y de servicio a la comunidad”. Además de las capacitaciones los profesores viajaron hasta Cali en busca de los equipos adecuados para el funcionamiento del proyecto: equipo de edición y una cámara de video.

2007

En el mes de mayo el equipo creador del proyecto realizó una convocatoria abierta a toda la comunidad del municipio con el objeto de conformar el equipo de trabajo del canal. Así, *“se integraron John Dairo Bustamante asumiendo el rol de camarógrafo editor y Paola Andrea Urrego como editora”*. Pronto comenzaron a ensayar, a repasar los manuales y a aprender a trabajar en equipo pues se pusieron como meta salir al aire en el mes de agosto, mes en el que el municipio celebra *La Fiesta del Campesino*. Alboradas, cabalgatas, ciclopaseos, concurso de cometas, encuentro de danzas, conciertos, carrozas, reinado campesino, feria ganadera, la excusa perfecta para dar comienzo al canal. La mayoría de los miembros del equipo tienen una experiencia de vida, más allá de una experiencia académica, en materia de medios de televisión, como ejemplo: la editora del canal estudió secretariado ejecutivo, pero dicen los coordinadores de la experiencia que lo que ellos buscan no es tener un equipo integrado solo por personas con conocimiento de tipo académico, para ellos resulta mucho más valioso que el que llegue aprenda rápido el oficio y que se destaque por su responsabilidad, puntualidad y obediencia.

Así, en agosto de 2007, Dovisión salió al aire con más entusiasmo que garantías técnicas para transmitir. La producción del canal estuvo a cargo de un joven de dieciséis años llamado Steven Valencia, el más joven del equipo. Dovisión

comenzó a crecer como canal y como familia, sin distingo de credo, política o condición social.

Bajo el lema de “*Dovisión, porque lo nuestro ya se ve*” comenzaron a producir el magazín Ventana Cultural, un espacio dedicado a mostrar los diversos quehaceres de la comunidad que les llevó más de diecisiete meses de preparativos, ensayos, consecución de recursos, capacitaciones e intentos para crear un espacio totalmente propio. Lograron un magazín cultural de cuatro horas continuas de contenido variado, capaz de mantener la atención de la comunidad, según explican.

La programación

Poco a poco se fueron sumando otras personas al equipo de trabajo, algunos con la voluntad para aprender a manejar una cámara de video, otros, como Luis Evelio Orozco, un campesino que se le midió a presentar un segmento sobre la vida en el campo llamado “*De camino al campo*”. Este segmento les permitió llegar a muchos rincones del campo doviense enseñando costumbres y culturas que muy pocos habitantes del municipio conocían.

El magazín también incluía un segmento sobre deportes, su objetivo principal era resaltar los valores y talentos de los deportistas locales. “Talento innato” es un término muy común para los gestores del proyecto, así se referían a la presentadora juvenil a la que llamaban “el rostro dulce de Dovisión”. Al equipo llegaron dos mujeres definidas como “*responsables, cumplidas y ansiosas de hacer algo importante desde la televisión comunitaria*” y lograron un espacio

dentro del magazín llamado “*Reminiscencias*”, que recorre las calles del municipio dando a conocer las costumbres y los momentos históricos de sus habitantes, sucesos, memorias, caminando por el pasado, refrescando la memoria. El segmento de salud “La nota saludable” entrega consejos y recetas de la “medicina tradicional y profesional.”

El programa “*Directo al corazón*” es presentado por José Román Quintero, un funcionario del Hospital Santa Lucía y coleccionista de música, él se encarga de entregarles a los televidentes las “baladas más románticas de ayer, de hoy y de siempre”. Afirman los gestores que este programa se convirtió en un proceso muy importante porque a través de él José Román pudo compartir su enorme colección musical y porque se convirtió en una propuesta audiovisual novedosa, “*sanamente envidiada por otros canales comunitarios*”.

Con una parrilla de programación sencilla e integral Dovisión ofrece a sus usuarios programas variados. De lunes a viernes la producción local está protagonizada por el programa Revista Dovisión (un magazín), el programa deportivo Dovidportes; Juernes Magazín, un musical juvenil, y por el programa La Viejoteca de Pacho. Los fines de semana también hay producción propia con los programas En casa con María Nubia, Reflexiones, La Pianola Popular y el especial musical Directo al Corazón. Los domingos en la mañana transmiten en directo la misa.

Pedro

La historia de Pedro Antonio Alzate es un ejemplo de cómo el espíritu integrador está presente en este proyecto. Pedro es un agricultor que vive en una zona rural

del municipio, que todo el tiempo está acompañado por dos herramientas fundamentales: un machete y un radio. Gracias al radio su interés por la música popular fue creciendo hasta atreverse a llegar al canal buscando quién lo podía capacitar para ser locutor. Terminó haciendo parte del equipo y presentando el programa “*La Pianola Popular*”. Los gestores del proyecto afirman que, igual que todo lo producido por Dovisión, la experiencia de Pedro se hizo con empirismo en presentación pero con muchas ganas de hacer algo importante por la comunidad.

Pedro impulsó a otras personas del municipio a sumarse a las propuestas de programación, recetas de cocina, ayuda y trabajo social, videos musicales, propuestas juveniles, viejoteca llegaron a la parrilla. Cuando salió al aire un programa llamado Gestando Vida, liderado por una mujer llamada María Nubia, la comunidad comenzó a pronunciarse a favor y en contra del espacio, para muchos sus apreciaciones y consejos no eran adecuados, para otros sí. El programa pasó por momentos en los que pensaban que era mejor acabarlo, hasta que la comunidad se organizó y pidió al canal que esa hora de programación se conservara. Así, viendo la necesidad de que la comunidad tuviera un espacio de opinión e informativo, apareció la propuesta de crear el programa “Síntesis, el informativo”, en la actualidad uno de los espacios con mayor acogida en Dovisión.

Las capacitaciones

En el 2008 doce miembros del canal viajaron a Cali para conocer las instalaciones de Telepacífico con el objetivo de aprender, socializar experiencias y entablar convenios importantes. La experiencia acrecentó las expectativas y los

compromisos del equipo con la televisión comunitaria luego de pasar más de veinte horas compartiendo experiencias y conocimientos con el equipo del canal regional. Luego se trasladaron hasta Caicedonia para conocer de cerca la experiencia de diecisiete años de Centinela Televisión y del *“pequeño Hollywood criollo, como se le conoce a Caicedonia hoy en todo el país”*, según afirman los gestores. Logran importantes lazos de amistad con personas de gran experiencia en la televisión comunitaria, como Jorge Eliécer Díaz y Julio Jiménez, que viajan hasta El Doviounos meses más tarde a ofrecer una capacitación en edición, composición de imagen, presentación y producción de televisión comunitaria. Unos meses después, miembros del equipo de trabajo del canal así como personas de la comunidad reciben una capacitación sobre Presentación para Televisión y Reportaje realizada por una periodista de TeleCafé.

Dovisión se define a sí misma como una “televisión sana, sin sexo, sin violencia, una televisión que apoya a la comunidad”, su lema de cabecera: “Porque Dovisión es de todos y lo nuestro hay que quererlo”. Trabajan sin cansancio y siempre están dispuestos a ir a cualquier lugar con tal de que el proyecto siga adelante.

5.6 OTROS CANALES

Dicen los investigadores consultados que son seis los canales de la región que son reconocidos por la Comisión Nacional de Televisión y cuatro canales cuyas licencias están en trámite, algunos existen como proyecto, otros están al aire.

- En Cali existió mucho tiempo y fue pionero de muchos procesos el Canal Comunitario Telebeli, que funcionaba en la Comuna 20 y el Canal Comunitario Memoria TV, en la Comuna 15.
- En Candelaria existe TV Caña.
- En Yotoco, el Canal de Yotoco.
- En Dagua, el Canal de Tv Comunitaria.
- En Tuluá, la Asociación de Televisión por cable AguaclaraTeleAguaclara.
- En Obando existe Asocotel, la Asociación de Copropietarios del Sistema Comunitario de Telecomunicaciones de Obando.
- En Versalles existe Versavisión.
- En La Victoria existe la Asociación de Copropietarios de Televisión Comunitaria TeleVictoria.
- En Pradera existe la Asociación Canal Comunitario TeleXXI Pradera.

Con algunos tuve contacto directo, con otros las entrevistas quedaron pendientes, otros no respondieron llamadas ni correos, aún queda mucho por explorar y conocer.

CAPÍTULO 6

REFLEXIONES FINALES Y CONCLUSIONES

Esta investigación resultó una oportunidad única para comprender los procesos vividos por algunos de los canales de televisión comunitarios en Cali y el Valle; además, para conocer seres humanos que han trabajado incansablemente para que la existencia de sus proyectos audiovisuales sea posible. Ahora, al terminar este texto, surgen nuevos desafíos: académicos, para encontrar las maneras más adecuadas de ayudar a los canales en su lucha por seguir adelante; humanos, para buscar que estas ‘pequeñas píldoras para la memoria’ aporten a la historia de los medios de comunicación en Colombia; geográficos, pues muchas historias quedaron por fuera y existen procesos de televisión comunitaria en municipios, veredas y corregimientos que deben ser conocidos y explorados; de vida, para que este trabajo no quede en el estante de alguna biblioteca, salga a recorrer el mundo y cobre vida.

A continuación, presento algunas reflexiones que surgen a raíz de la constante búsqueda por responder qué significa un canal de televisión comunitario para sus creadores, para un investigador, para el Estado o para el sector privado:

- **La histórica relación establecida entre el Estado y el desarrollo de la televisión comunitaria en Colombia:** Casi a punto de cumplir sesenta años de existencia en el país, la televisión desde siempre estuvo permeada por políticas estatales que han alejado a esta herramienta como servicio de

carácter social y educativo, acercándola a un tipo de servicio comercial, privado de memoria, que excluye a las audiencias de lo que en otros países se considera una programación completa, es decir, educación, cultura, historia, análisis, entre muchos otros. Actualmente, en la mayoría de los casos, la televisión en Colombia pelea por un *rating* construido en medio de una programación básica de novelas, concursos, *realities*, noticieros y más novelas. ¿Es posible que los canales de televisión comunitarios sean realmente una alternativa distinta? ¿Es posible que desarrollen propuestas que traspasen las pobres y muchas veces caóticas relaciones con las políticas estatales y logren una oferta cultural, educativa, de memoria e historia?

Esta relación Estado-Televisión comunitaria va mucho más allá de expresiones como bueno y malo, blanco y negro; los matices de fondo son muchos, las posiciones de unos y otros son radicalmente opuestas. Según el Estado, basta leer los planes de desarrollo de la televisión, que incluyen la televisión privada, la local, la pública y la comunitaria, o los textos actuales de organismos como la Comisión Nacional de Televisión, para acceder a textos perfectos y maravillosamente elaborados, nobles párrafos que prometen el desarrollo de todos los tipos de televisión en las mejores condiciones económicas, legislativas y tecnológicas posibles. Todos sus informes, estadísticas y cuadros exponen los positivos resultados de la aplicación de sus políticas y la gran felicidad por parte de todos los canales de televisión del país. Para los gestores de los canales de televisión

comunitarios consultados, la relación entre ellos y el Estado siempre ha sido tensa y difícil, son pocos los representantes de la Comisión de Televisión que ofrecen claridad en la información, un trato amable y cordial y la posibilidad de llegar a acuerdos; para los gestores, los procesos llevados a cabo en medio de la aplicación de las políticas del Estado son procesos destinados a ‘entorpecer’ la labor de los medios comunitarios; las amenazas, confiscación de equipos, la negativa o demora injustificada en la asignación de frecuencias y licencias, entre otros, son algunos de los elementos que abren las posibilidades a la confrontación y el debate.

La reflexión acerca de la Comisión Nacional de Televisión, un análisis del propósito inicial por el que fue creado este organismo, su historia, su manera de ver los proyectos locales y comunitarios y las visiones que tienen dichos medios sobre la Comisión, se consolida en la medida en que se realiza la lectura de los protagonistas de este trabajo. Si hoy en día la Comisión es un organismo que está a punto de desaparecer, surgen ciertas preguntas: ¿A qué le apunta el Estado ahora? ¿Cómo se va a terminar de desenredar la maraña de las responsabilidades que tenía la Comisión? Si el cáncer de la corrupción ha estado inmerso en los procesos televisivos del país ¿qué paso podría darse para mejorar las condiciones de ‘existencia’ de los canales de televisión comunitarios? ¿Cuáles son los pasos que va a dar el Estado?

- **El papel que juegan las políticas locales de gobernación y alcaldías, y los planes de desarrollo de municipios y corregimientos:** Aunque menos problemáticas y conflictivas, las relaciones entre las políticas locales y los canales de televisión comunitarios también varían y presentan varios contrastes. Por ejemplo, cuando conocemos la información oficial que divulga la alcaldía de Cali encontramos que hablan de los medios comunitarios como uno más de sus logros, existe un directorio debidamente organizado en el que no aparecen todas las experiencias y la información pareciera estar desactualizada. Si bien es cierto que en algunos planes de desarrollo de comunas y municipios se habla de la importancia del canal de televisión, la información que se encuentra en dos o tres líneas es incipiente.

Son los canales de televisión comunitarios, los activos y los que actualmente se encuentran como proyecto, los que acuden a solicitar apoyo y a presentar proyectos en áreas que no son destinadas propiamente a los medios pero que deben usar como recurso; son ellos los que deben acudir a la academia, a universidades e institutos para lograr cubrir ciertas necesidades. Pareciera que el proyecto no saliera de una iniciativa estado-comunidades, sino de las comunidades hacia los gobiernos locales. Los medios de comunicación son vistos por las comunidades analizadas casi que como una necesidad básica, una herramienta para lograr cambiar ciertas problemáticas de barrios y corregimientos, y mientras el gobierno nacional y el local no sean conscientes de esto simplemente los canales de

televisión comunitarios seguirán siendo uno más de los varios elementos con los que lograrán 'jactarse' de lo mucho que están haciendo y contribuyendo al desarrollo y bienestar de los colombianos.

- **Los canales de televisión privados y sus maneras de 'hacer ver' el país:** Es preciso y necesario, para cualquier persona que se arriesgue a realizar estudios sobre la televisión en el país, el ser consciente de las políticas de funcionamiento, de los contenidos y las maneras de 'construir' país que realiza este tipo de canales: lo que construyen todos los días, lo que nos hacen ver y lo que muchas veces ocultan, el tipo de programas que ofrecen a diario, las fórmulas para presentar noticias, la habitual carencia de espacios que generen memoria de un país con una historia y un presente tan complejo como Colombia. Tener claridad de lo anterior es necesario no solo por la 'responsabilidad' de quienes observan o 'degustan' dichos contenidos, desde cualquier perspectiva, la del estudiante, el profesional, el investigador, sino también porque en estos momentos de tantos cambios a nivel tecnológico, la televisión aún logra imponerse y no carga todavía con esa 'sombra' que ya llevan otros medios de 'tender a desaparecer'. Lo más importante en este punto es ser conscientes de cuál es la visión que tiene el gestor de un canal de televisión comunitario en relación con los medios 'privados', pues existen muchos puntos de vista.

Los canales de televisión privados dejan de ser un 'modelo a seguir'; por el contrario, muchos de los gestores consideran que los canales 'privados' ofrecen programación 'trivial' y aprovechan esta 'ventana' para crear programas opuestos: novelas y concursos se convierten en la 'gasolina' necesaria para crear programas educativos, musicales, que gestan historia y memoria. Desde su privatización, los hoy llamados 'canales privados' perdieron su 'horizonte inicial', el de la prestación de un servicio público, ahora han pasado a una búsqueda constante por intereses meramente comerciales y económicos. El canal de televisión comunitario busca, a través de su programación, 'competir' de 'tú a tú' con el privado, sin temor a sonar utópico, con seguridad de que lo que ofrece es un contenido de calidad.

- **Canales de televisión 'comunitarios':** En el desarrollo del trabajo se hace uso del término 'comunitario' pues es así como los canales de televisión analizados se presentan. Comunitarios porque 'ofrecen' un servicio a sus vecinos, amigos y habitantes del sector donde desarrollan el proyecto y porque hacen parte de procesos sin ánimo de lucro que tienen como objetivo generar una comunicación para el desarrollo de procesos sociales, basados en el diálogo y la generación de cambios en sus comunidades, y eso es lo que los protagonistas de la historia entienden por 'comunitario'.
"Tal vez el término 'comunitario' no se comprometa 'de lleno' con las teorías de la comunicación y se esté, más bien, ante espacios de acción donde

convergen los saberes, sentires y las experiencias de tono social, cultural y político, entre otros”, afirma uno de los gestores.

- **Proceso consciente de garantías para que los canales puedan seguir adelante:** Los canales de televisión comunitarios investigados se clasifican en: los que actualmente se encuentran funcionando y los que funcionaron un tiempo pero en estos momentos sobreviven como proyecto listo para ‘salir al aire’ nuevamente solo si: 1. Se les brindan garantías reales que no partan de supuestos encontrados en las estadísticas estatales, que se gesten mediante el estudio de cada caso y sus particularidades, su historia, logros y reconocimientos en cada comunidad. 2. Que logren un equilibrio entre la ayuda financiera que puedan conseguir de organismos como el Estado y la que ellos deban proporcionarse mediante estrategias internas. 3. Que dichas garantías incluyan apoyo a la infraestructura física pues la mayoría de los canales de televisión visitados se encuentran en lugares poco aptos para el desarrollo de un proyecto de estas características.
- **Memoria e historia:** Estos canales de televisión, sus historias, los archivos, el material grabado, los personajes regionales deberían hacer parte de la historia oficial de Cali y el Valle del Cauca; en ellos está recopilada la historia de corregimientos, barrios y comunas de por lo menos veinte años. Procesos como el surgimiento de algunas escuelas de salsa, la llegada del

acueducto, la creación de colegios y escuelas, los triunfos de cientos de vallecaucanos en diferentes áreas del conocimiento, entre otros, resultan solo una muy pequeña muestra de todo lo que estos canales han logrado capturar con sus cámaras y que resulta material de estudio fundamental para el desarrollo de diferentes áreas de las ciencias sociales y humanas de esta región.

- **Asociaciones y Redes de trabajo:** Luego de esta investigación puedo asegurar hoy que es fundamental conocer la historia de este tipo de medios de comunicación en la región y todo lo que han logrado a nivel interno y a nivel externo, pues tal vez, en la medida en que los diferentes canales se conozcan mejor, logren retomar las experiencias positivas de antiguas asociaciones y colectivos creados en los últimos veinte años .. Para este presente resulta supremamente importante la posibilidad de retomar estos colectivos de trabajo, que logren unificarse, y elaborar un plan de acción que: 1. Diagnostique fortalezas y debilidades actuales. 2. Caracterice audiencias e indicadores de sintonía. 3. Prepare la toma de posturas críticas y reflexivas frente a la creación, por parte del Estado, de un nuevo organismo que entrará a regular el funcionamiento de la televisión en Colombia y la llegada de la televisión digital al país. Se viven tiempos decisivos en términos tecnológicos; todos los proyectos de canales de televisión comunitarios, los que se encuentran funcionando y los que no, deben estar preparados; tienen todas las herramientas a su alcance y es

fundamental que tengan claro cuáles son los pasos a seguir para que el proyecto permanezca con vida.

¿Qué podría concluirse sin caer en el extremo de una actitud ‘pesimista’ o una demasiado ‘soñadora’ en relación con el presente y el futuro cercano de este tipo de medios en el Valle del Cauca y en Cali? ¿Cómo llegar a un punto de equilibrio ‘conceptual’, histórico o humano en relación con las experiencias encontradas? Este ejercicio, pequeño, podría considerarse apenas un comienzo para todo el trabajo que hay por delante en cuanto a los canales de televisión comunitarios del Valle y, por supuesto, del país. Tal vez en relación con otras regiones de Colombia, el Valle cuente con muchos aciertos, experiencias de más de diez, quince años, que se sostienen, perduran y logran desarrollarse, así como errores de los que reflexionar y aprender.

Dice Miguel de Unamuno que “para convencer hay que estar convencido”; hoy, estoy convencida de la gran importancia que tiene la existencia de estos medios, tal vez hace un par de años era solo algo que profesores, estudiantes, colegas comentaban como un trabajo importante, como un campo de la televisión por explorar y ‘curiosear’; hoy, estoy convencida de que el futuro de estos medios no solo está en manos del Estado, o de los gestores, está en manos de quienes hemos asumido el reto de estudiar Comunicación Social y no nos vemos como presentadores de entretenimiento, ni elaborando noticias en una oficina de un medio privado, que nos vemos trabajando en barrios y comunas, en municipios y corregimientos, que asumimos el riesgo de comunicar en un país que anualmente desaparece y mata periodistas en ejercicio de su profesión, porque ahí, grabando

una 'nota periodística' a la orilla del río, entre los escombros de la arena y la caña de azúcar, encontramos que podemos ejercer esta profesión con cierta inteligencia y dignidad.

BIBLIOGRAFÍA

Alfaro, Rosa María. (2000). *Culturas populares y comunicación participativa: en la ruta de las redefiniciones*. México, D.F.: Revista Razón y Palabra

Nº 18. 10 Jul. 2009

<<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n18/18ralfaro.html>>.

Alfaro, Rosa María. (2004). *Otra brújula, innovaciones en comunicación y desarrollo*. Lima: Asociación de Comunicadores Sociales Calandria.

Barón, Luis Fernando. (1998). *Señales de Humo: Panorama de la TV Local y Comunitaria en Colombia*. Bogotá: Fundación Social Cinep y Fundación HablaScribe.

Benavides, Julio Eduardo (2004) *Medios de comunicación comunitaria: Entre los deseos y los espejismos de la ciudadanía*. Por el sendero de la identidad latinoamericana. Cuadernos de Comunicación 5.

Berrigan, Frances J. (1981). *La comunicación comunitaria. Cometido de los medios de comunicación comunitaria en el desarrollo*. París: Unesco.

Bonilla, Edna & González, Jorge Iván. (2004) *Regulación y concesiones en la televisión colombiana: destellos y sombras*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. Centro de Investigaciones para el Desarrollo.

Bourdieu, Pierre. (1998). *Sobre la Televisión*. Barcelona: Editorial Anagrama.

Cadavid, Amparo. (2006). *Congreso mundial de comunicación para el desarrollo ¿Qué comunicación para cuál desarrollo?*. Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina.

Cadavid, Amparo. (2007). *OUR Media / NUESTROS Medios Una red global Desde lo local*. Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina. 10 Jul. 2010 <<http://www.c3fes.net>>.

Cadavid, Amparo & Rincón, Omar. (2007). *Ya no es posible el silencio*. Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina.

Castells, Manuel. (1998). *La era de la información*. Vol. 1, *La sociedad red*. Madrid: Alianza.

Chaparro, Manuel. (2002). *Sorprendiendo al futuro. Comunicación para el*

desarrollo e información audiovisual. Barcelona: Los Libros de la Frontera Editores.

Comisión Nacional de Televisión de Colombia. (2006). Operadores del servicio de televisión comunitaria autorizados. 26 Sep. 2008 <<http://cntv.gov.co>>.

Comisión Nacional de Televisión de Colombia. (1995). Ley 182 de 1995. Ley General de Televisión.

Comisión Nacional de Televisión de Colombia. (2010). Plan de Desarrollo de la Televisión 2010-2013.

Colombia. Constitución Política. (1993). Bogotá: Editorial Temis.

Crawford, Livingston & Flores, Pamela. (2002). *Dinámicas socioculturales de las televisiones comunitarias en Colombia o el tránsito de la identidad al reconocimiento*. Barranquilla: Revista Investigación y Desarrollo Vol. 10, n2 (Págs. 188- 207).

Crawford, Livingston & Flores, Pamela.(2002). *El totalitarismo frente a la identidad como proyecto en los medios comunitarios*. Barranquilla: Revista Investigación y Desarrollo Vol. 11, Nº 2, Universidad del Norte.

Downing, John. (2010). *¿Medios de comunicación comunitarios? ¿O de red? ¿O de movimientos sociales? ¿Qué importancia tienen? ¿Y qué importa el nombre?*. Carbondale: Global Media Research Center, College of Mass Communication and Media Arts, Southern Illinois University.

García, Mariana. (2010). *Medios Ciudadanos y Comunitarios en América Latina*. Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina. 10 Jul. 2010 <<http://c3fes.net>>.

Gómez, Gabriel & Quintero, Juan Carlos. (2002). *Diagnóstico del servicio colombiano de radiodifusión sonora en Colombia*. Bogotá: Ministerio de Comunicaciones.

Gumucio, Alfonso. (2008). La Paz: *La televisión comunitaria, ni pulpo ni púlpito. Pálpito*.

Gumucio, Alfonso. (2001). *Haciendo Olas: Comunicación Participativa para el Cambio Social*. Nueva York: Fundación Rockefeller.

Gutiérrez, Fernando. (2009). *El diagnóstico y su papel en el diseño del mensaje televisivo*. Bogotá: CEDAL - Centro de Comunicación Educativa Audiovisual. Revista Interacción N° 30.

Colombia. Congreso de la República. Ley 182 de 1995.

López de la Roche, Fabio. (1999). Medios Comunitarios, medios alternativos, tejido social y ciudadanía en Bogotá. Bogotá: Ponencia presentada en el Congreso de ALAIC.

López de la Roche, Fabio. (2000). *Ciudadanía cultural y comunicativa en contextos de globalización, desregulación, multiculturalismo y massmediatización: el caso colombiano*. Caracas: Grupo de Trabajo de CLACSO.

Marí, Víctor Manuel. (2001). *Comunicación, globalización y democracia*. Capítulo VIII: *De las banderas del viento a las redes multiformes*. Sevilla: Ediciones y Publicaciones Sevilla.

Martín Barbero, Jesús & López, Fabio. (1998). *Cultura, medios y sociedad*. Bogotá: Ces Universidad Nacional de Colombia.

Martín Barbero, Jesús. Rey, Germán & Rincón, Omar. (2000). *Televisión pública, cultural, de calidad*. Bogotá: Ministerio de Cultura, Revista Gaceta N° 47 (p.p. 50-61)

Martín Barbero, Jesús. (2001). *Televisión pública, del consumidor al ciudadano*.

Capítulo *Claves de debate*: Televisión pública, televisión cultural: entre la renovación y la invención. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

Martín Barbero, Jesús. (2003). *De los Medios a las Mediaciones*. Bogotá:

Convenio Andrés Bello.

Martín Barbero, Jesús. (2006). *Colombia: Medios y Cultura*. Buenos Aires:

Revista Todavía. 10 Jul. 2008 <<http://www.revistatodavia.com.ar> >.

Martín Barbero, Jesús. (2010). *Comunicación, espacio público y ciudadanía*

Medellín: Revista Facultad de Comunicación Universidad de Antioquia
(pp. 37 – 51).

Mastrini, Guillermo & Becerra, Martín. (2003). *50 años de concentración de*

medios en América Latina: del patriarcado artesanal a la valorización en
escala. México, D.F.: Revista Sala de Prensa N° 58.

(<http://www.saladeprensa.org/art473.html>)

Melucci, Alberto. (1999). *Esfera pública y democracia en la era de la*

información. Ciudad de México: Revista Metapolítica Vol. 3.

Morales, Mariana. (2006). *Medios Ciudadanos y Comunitarios en América*

Latina. Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, Colombia.

Parra, Juan David. (2006) *Comunicación política, medios y participación: Sintonizando la participación política en la televisión comunitaria*. Bogotá: Universidad de la Sabana. Revista Palabra Clave Vol. 9, No 2.

Plan de Desarrollo de la Televisión 2004-2007 Bogotá: Comisión Nacional de Televisión.

Plan de Desarrollo de la Televisión 2010-2013. Bogotá: Comisión Nacional de Televisión.

Plan Nacional de Cultura 2001 – 2010. Bogotá: Ministerio de Cultura.

Rey, Germán& Martín-Barbero, Jesús.(1998). *Los ejercicios del ver*.

Hegemonía audiovisual y ficción televisiva. Barcelona: Gedisa.

Rey, Germán. (2001). *Televisión pública, del consumidor al ciudadano. E escenario de la televisión pública. Algunos elementos de contexto*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

Rincón, Lizardo. (2009). *Cinco estrategias para un modelo de televisión*

comunitaria: una perspectiva desde la experiencia colombiana. 18 Nov.

2010. <<http://www.ae-ic.org/malaga2010/upload/ok/183.pdf>>.

Rincón, Omar. (2001). *Televisión pública, del consumidor al ciudadano*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

Rincón, Omar. (2002). *Televisión, video y subjetividad*. Bogotá: Editorial Norma.

Rodríguez, Clemencia. (2006). Tres lecciones aprendidas de los medios ciudadanos y comunitarios en Colombia. Bogotá: Ministerio de Cultura, ponencia presentada en el Encuentro Nacional de Medios Ciudadanos.

Rodríguez, Clemencia. (2001). *Fissures in the Mediascape. An International Study of Citizens' Media*. Cresskill, NJ: Hampton Press.

Rodríguez, Enrique (1998). *Algunas anotaciones para una posible historia de la televisión local y comunitaria en Colombia*. Bogotá: Darío Ángel Pérez (compilador): Señales de humo. Panorama de la televisión local y comunitaria en Colombia, por Fundación Social y CINEP. N° 1 (p.p. 13-22).

SIPAZ, Nodo Huila. (2005). Los medios de comunicación comunitaria: "la boca social". Neiva: Sistema de Comunicación para la Paz.

Téllez, María Patricia. (2005). *La TV comunitaria en Colombia, entre la realidad*

y la utopía. São Bernardo do Campo: Comunicação & Sociedade. N° 43
(Págs. 140-154).

Téllez, María Patricia. (2005). *Participación Ciudadana en la Televisión*.

Bogotá: IV Muestra y Seminario Internacional. Compromiso por una TV de
Calidad para la Infancia en Colombia. 15 Jun. 2009.

<<http://www.comminit.com/es/node/207615>>.

Zapata, María Isabel & Ospina, Consuelo. (2005). *Cincuenta años de la*

televisión en Colombia. Una era que termina. Un recorrido historiográfico.

Bogotá: Universidad de Los Andes, Revista Historia Crítica N° 28 (págs. 105
– 126).