

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO - UFRJ  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS - CFCH  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO – ECO**

**DIEGO ALONSO GARCÍA RAMÍREZ**

**HISTORIA DE LA TELEVISIÓN EN COLOMBIA:  
PROCESOS DE REGIONALIZACIÓN Y RESIGNIFICACIÓN DEL  
PAISAJE TELEVISIVO**

**RIO DE JANEIRO  
2017**

**DIEGO ALONSO GARCÍA RAMÍREZ**

**HISTORIA DE LA TELEVISIÓN EN COLOMBIA:  
PROCESOS DE REGIONALIZACIÓN Y RESIGNIFICACIÓN DEL  
PAISAJE TELEVISIVO**

**Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Comunicação e Cultura da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).**

**Orientadora: Prof. Dra. Marialva Carlos Barbosa**

**RIO DE JANEIRO  
2017**

## CIP - Catalogação na Publicação

G215h Garcia Ramirez, Diego Alonso  
Historia de la televisión en Colombia: proceso de regionalización y transformación del paisaje televisivo / Diego Alonso Garcia Ramirez. -- Rio de Janeiro, 2017.  
262 f.

Orientadora: Marialva Carlos Barbosa.  
Tese (doutorado) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola da Comunicação, Programa de Pós Graduação em Comunicação, 2017.

1. História da mídia. 2. Televisão. 3. Meios de comunicação públicos. 4. Colômbia. I. Carlos Barbosa, Marialva, orient. II. Título.

## **FOLHA DE APROVAÇÃO**

**DIEGO ALONSO GARCÍA RAMÍREZ**

**HISTORIA DE LA TELEVISIÓN EN COLOMBIA:  
PROCESOS DE REGIONALIZACIÓN Y RESIGNIFICACIÓN DEL  
PAISAJE TELEVISIVO**

**Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Comunicação e Cultura da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).**

---

**Professora Dr.<sup>a</sup> Marialva Carlos Barbosa**  
Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

---

**Professora Dr.<sup>a</sup> Ana Paula Goulart Ribeiro**  
Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

---

**Professora Dr.<sup>a</sup> Renata Rezende**  
Universidade Federal Fluminense (UFF)

---

**Professora Dr.<sup>a</sup> Iluska Maria da Silva Coutinho**  
Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)

---

**Professor Dr. Igor Sacramento**  
Fundação Oswaldo Cruz (FIOCRUZ)

## RESUMO

GARCÍA, Diego Alonso. **Historia de la televisión en Colombia: procesos de regionalización y resignificación del paisaje televisivo**. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura). Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2017.

Esta tese tem como objetivo analisar criticamente a história da televisão pública regional na Colômbia. A partir de fontes primárias e secundárias procura-se descrever e caracterizar o nascimento das emissoras regionais: *Teleantioquia*, *Telecaribe* e *Telepacífico* durante os anos 80, destacando as transformações geradas na paisagem televisual colombiana que até essa época estava nas mãos de duas emissoras públicas nacionais que concentravam a produção e o conteúdo na capital do país, enquanto outras cidades e regiões eram praticamente invisíveis. Portanto, o advento da televisão regional expandiu os referentes simbólicos para pensar e imaginar a nação em um país com uma forte tradição centralista.

Reconstruir a história dessas emissoras também teve como objetivo questionar o modelo de financiamento e estrutura administrativa destinado a mostrar como a televisão pública colombiana não tem tido autonomia dos poderes econômicos e políticos. A pesquisa foi realizada em um momento político e tecnológico particular no qual a digitalização está mudando as formas de produção, circulação e consumo dos conteúdos audiovisuais, mas no qual a relevância da televisão pública continua a ser essencial para a diversidade e pluralidade.

**Palavras chave:** história da mídia, Colômbia, televisão, emissoras regionais, meios de comunicação públicos.

## RESUMEN

GARCÍA, Diego Alonso. **Historia de la televisión en Colombia: procesos de regionalización y resignificación del paisaje televisivo.** Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura). Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2017.

La presente tesis tiene como objetivo analizar críticamente la historia de la televisión pública regional en Colombia. A partir de fuentes primarias y secundarias se buscó caracterizar y describir el surgimiento de los canales regionales *Teleantioquia*, *Telecaribe* y *Telepacífico* durante la década de 1980, destacando las transformaciones generadas en el paisaje televisivo colombiano que hasta esa época estaba en manos de dos canales públicos nacionales que concentraban su producción y contenidos en la capital del país y en el que el resto de ciudades y regiones eran negadas e invisibilizadas. Por tanto, la llegada de la televisión regional amplió los referentes para pensar e imaginar la nación en un país de fuerte tradición centralista.

La reconstrucción de la historia de estos canales también ha tenido como propósito cuestionar su modelo de financiación y estructura administrativa con la intención de demostrar cómo la TV pública colombiana ha carecido de autonomía frente a poderes políticos y económicos. Dicha revisión se realiza en un momento político y tecnológico particular en el que la convergencia y digitalización están cambiando las formas de producción, circulación y consumo de contenidos audiovisuales, pero en el que la pertinencia de la televisión pública continúa siendo esencial para la diversidad y pluralidad.

**Palabras clave:** historia de los medios, Colombia, televisión, canales regionales, medios públicos.

**ABSTRAC**

GARCÍA, Diego Alonso. **Historia de la televisión en Colombia: procesos de regionalización y resignificación del paisaje televisivo.** Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura). Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2017.

This thesis aims to critically analyze the history of regional public television in Colombia. From primary and secondary sources, it was sought to characterize and describe the emergence of regional stations: *Teleantioquia*, *Telecaribe* and *Telepacífico* during the 1980s, highlighting the transformations generated in the Colombian television landscape that until that time was in the hands of two national public channels which concentrated their production and contents in the capital of the country and in which the rest of cities and regions were denied and invisibilizadas. Therefore, the arrival of regional television broadened the symbolic referents to think and imagine the nation in a country with a strong centralist tradition.

The reconstruction of the history of these stations has also aimed to question its governance bodies and funding structures with the intention of demonstrating how Colombian public television has lacked autonomy from political and economic interests. This review takes place at a particular political and technological moment in which the convergence and media digitalization is changing the forms of production, circulation and consumption of audiovisual contents, but in which the relevance of public television continues to be essential for diversity and plurality.

**Keywords:** media history, Colombia, television, regional stations, public media.

**LISTA DE TABLAS**

- Tabla 1.** Canales públicos regionales en Colombia.
- Tabla 2.** Entidades administradoras del servicio público de televisión en Colombia.
- Tabla 3.** Modelos de televisión en el mundo.
- Tabla 4.** Canales de cobertura nacional públicos y privados 2016.
- Tabla 5.** Canales públicos regionales estudiados.
- Tabla 6.** Empresas contratistas de programación de Teleantioquia en 1994.
- Tabla 7.** Conformación Junta Administradora Teleantioquia.
- Tabla 8.** Empresas contratistas de programación de Telecaribe en 1994
- Tabla 9.** Conformación Junta Administradora Telecaribe.
- Tabla 10.** Empresas contratistas de programación de Telepacífico en 1994.
- Tabla 11.** Conformación Junta Administradora Telepacífico.
- Tabla 12.** Gerentes de Teleantioquia 1985-2016.
- Tabla 13.** Gerentes de Telepacífico 1988-2016.
- Tabla 14.** Gerentes de Telecaribe 1986-2016.
- Tabla 15.** Noticieros de Canales regionales.
- Tabla 16.** Entidades administradoras del servicio público de televisión en Colombia.
- Tabla 17.** Gerentes Telepacífico entre 2006 y 2015.



**LISTA DE MAPAS**

**Mapa 1.** División política de Colombia

**Mapa 2.** Canales regionales y departamentos

**Mapa 3.** Departamento de Antioquia

**Mapa 4.** Departamentos Región Caribe

**Mapa 5.** Departamentos Región Pacífica

## **LISTA DE IMÁGENES Y GRÁFICOS**

**Imagen 1.** Canales regionales aprobados bajo Ley 42 de 1985.

**Imagen 2.** Canales regionales aprobados bajo Ley 182 de 1995.

**Imagen 3.** Socios canal regional Teleantioquia.

**Imagen 4.** Socios del canal regional Telecaribe.

**Imagen 5.** Socios del canal regional Telepacífico.

**Gráfico 1.** Inversión publicitaria televisión nacional y regional 1995-2005.

**LISTA DE SIGLAS**

- INRAVISIÓN.** Instituto Nacional de Radio y Televisión.  
**CNTV.** Comisión Nacional de Televisión.  
**ANTV.** Autoridad Nacional de Televisión.  
**MINTIC.** Ministerio de las Tecnologías de Información y la Comunicación.  
**DNP.** Departamento Nacional de Planeación.  
**CRT.** Comisión de Regulación de Telecomunicaciones.  
**CRC.** Comisión de Regulación de Comunicaciones.  
**DANE.** Departamento Administrativo Nacional de Estadística.  
**TELEANTIOQUIA.** Sociedad Televisión de Antioquia Ltda.  
**TELECARIBE.** Canal Regional de Televisión del Caribe.  
**TELEPACIFICO.** Sociedad de Televisión del Pacífico Ltda.  
**TELECAFÉ.** Sociedad de Televisión de Caldas, Risaraldas y Quindío Ltda.  
**CANAL TRO.** Televisión Regional de Oriente.  
**TV ANDINA.** Sociedad Canal Regional de Televisión Teveandina Ltda.  
**CANAL CAPITAL.** Canal Capital Ltda.  
**TELEISLAS.** Sociedad de Televisión de las Islas Ltda.

## SUMÁRIO

### INTRODUCCIÓN, 13

### I. HISTORIAS DE LA TELEVISIÓN EN COLOMBIA: VACÍOS Y DESAFÍOS, 36

- 1.1. Historia de los medios de comunicación, 36
- 1.2. Historia de la televisión colombiana, 41
- 1.3. Historia de la TV en las regiones, 47

### II. NACIÓN, REGIÓN Y TELEVISIÓN, 52

- 2.1. Invención de la nación, 52
- 2.2. Las regiones dentro de la nación, 58
  - 2.2.1. Región Antioquia, 61
  - 2.2.2. Región Caribe, 64
  - 2.2.3. Región Pacífico, 67
- 2.3. Televisión en el proyecto de unificación nacional, 70

### III. REGIONALIZACIÓN DE LA TELEVISIÓN COLOMBIANA, 83

- 3.1. La televisión colombiana en 1982, 83
- 3.2. Descentralización de la televisión pública, 87
- 3.3. Estructura de los canales regionales, 92
  - 3.3.1. Sociedad de Televisión de Antioquia, 96
  - 3.3.2. Sociedad Canal Regional de Televisión de la Costa Atlántica, 102
  - 3.3.3. Sociedad Canal Regional de Televisión del Pacífico, 107
- 3.4. Transformaciones en el paisaje televisivo colombiano, 112

### IV. FINANCIACIÓN DE LA TELEVISIÓN PÚBLICA REGIONAL, 122

- 4.1. La venta de audiencia-mercancía en la TV pública, 122
- 4.2. Financiación de los canales públicos regionales, 128
- 4.3. Televisión pública y sus vínculos con las audiencias, 136

### V. ORGANOS DE GESTIÓN Y CONTROL DE LOS CANALES REGIONALES, 142

- 5.1. Televisión pública de uso estatal, 142
- 5.2. Usos políticos de los canales regionales, 145
  - 5.2.1. Nombramiento de gerentes, 146
  - 5.2.2. Presión a periodistas y/o programas, 150
  - 5.2.3. Adjudicación de noticieros, 152
  - 5.2.4. Sobreexposición de gobernadores y políticos, 154
  - 5.2.5. Pauta oficial, 156
- 5.3. Políticas para la televisión pública, 158

### CONCLUSIONES, 161

Tres décadas de TV pública en las regiones colombianas, 161

La TV pública en la transición digital, 163

**REFERENCIAS, 167**

**FUENTES PRIMARIAS, 180**

Archivos de prensa, 180

Entrevistas, 185

Documentos oficiales, 186

**ANEXOS, 188**

## INTRODUCCIÓN

### Particularidades de la televisión en Colombia

En 2014 se cumplieron sesenta años de la inauguración de la televisión en Colombia. Durante seis décadas muchos eventos, acontecimientos, personajes y programas han marcado y delineado el desarrollo de este importante medio de comunicación. Cuando el 13 de junio de 1954 el presidente Gustavo Rojas Pinilla (1953-1957) habló a través de la televisión para la reducida audiencia que estaba frente de los receptores que había en el país, pocas personas podían anticipar el impacto que este medio generaría en la vida cotidiana y mucho menos la centralidad que alcanzaría en la construcción de imaginarios y representaciones sobre la nación.

Si bien durante los primeros años la señal de la TV nacional llegaba solo a unas cuantas ciudades y el acceso a los aparatos televisivos era limitado por sus altos precios para el ciudadano promedio; en la medida que la red pública de transmisión se fue ampliando y el valor de los televisores disminuyendo, la TV comenzó a ocupar un lugar destacado en la vida cultural, económica y política del país hasta consolidarse como un importante medio de información, educación y entretenimiento para los colombianos.

A diferencia de los demás países latinoamericanos la televisión colombiana nació pública, pues el Estado la concibió como instrumento para llevar educación, cultura y desarrollo a todos los rincones del país. Por tal motivo, la experiencia de televisión en Colombia fue única en el contexto latinoamericano, ya que como se mostrará a lo largo del texto, la estructura y su modelo de administración no se dio en ningún otro país

Cuando se hace historia de la televisión es usual identificar los países en los que el medio de comunicación nació bajo la tutela del Estado, como ocurrió en Francia, Italia, Reino Unido y demás países de Europa occidental donde se desarrolló un sólido sistema de televisión público que sobrevivió como monopolio hasta la década de 1980 (WOLTON, 1990, INTERVOZES, 2009). Igualmente, es común hablar del modelo comercial que predominó en Estados Unidos en el que el sector privado fue el artífice del nacimiento y desarrollo de la televisión, modelo que además influyó a Latinoamérica pues en la mayoría de los países la televisión nació por iniciativa del sector privado (ORTEGA, 2010).

En ese sentido, las fronteras entre televisión pública y comercial son aparentemente claras pues se diferencian en su modelo de financiación, órganos de gestión y control y por el

tipo de contenidos y programación. Así entonces la comercial es financiada por la publicidad, controlada por el mercado y productora de contenidos encaminados a atraer la mayor cantidad de audiencias; en tanto, la pública es financiada por el Estado, controlada por un órgano independiente y con contenidos diversos de corte educativo y cultural, preferentemente.

Sin embargo, estas diferencias pierden utilidad cuando se habla del sistema mixto colombiano en el que el Estado, propietario del espectro electromagnético e infraestructura, arrendaba a productoras privadas los espacios para la realización de programas en los canales de cobertura nacional (BIBLIOWICZ, 1979; REY, 2002; VIZCAÍNO, 1992; 2005; MARÍN, 2006)<sup>1</sup>. En ese sentido la televisión colombiana no era netamente pública ni del todo privada, tampoco se puede decir que era un modelo dual como existe hoy en la mayoría de países, era una televisión pública comercial<sup>2</sup>, pues en los canales públicos la programación era realizada por programadoras privadas; esto quiere decir que si bien los canales privados sólo entraron en funcionamiento en 1998, la televisión en Colombia siempre fue comercial, pues tan solo un año de entrada en funcionamiento, el Estado comenzó a entregar y arrendar espacios a empresas privadas.

Bajo el sistema mixto el sector privado ingresó rápidamente al negocio de la televisión, ya que el Estado no logró financiar la televisión únicamente con dineros públicos, situación que se repetirá cuando aparecen los canales regionales, razón por la cual el sector privado entraría a hacer parte de la televisión pública, poniendo en escena a las programadoras que comenzaron a invertir y lucrarse, primero patrocinando programas como los teleteatros, telenoticieros y concursos, y luego a través de la producción de diferentes tipos de programas en franjas que comenzaron a ser entregadas para ser explotadas comercialmente. Bajo este modelo funcionó la televisión pública nacional por más de cuarenta años, y a pesar que en la TV regional aún hay vestigios de este modelo administrativo, el sistema mixto entró en decadencia a finales de la década de 1990 cuando se permitió la libertad de canales y aparecieron los privados *Caracol* y *RCN*.

---

<sup>1</sup> La programación se asignaba directamente por el Instituto Nacional de Radio y Televisión (INRAVISIÓN), después el modelo se fue ajustando hasta entregar los espacios a través de licitaciones. Inicialmente se llamaba “arrendamientos de espacios en televisión” y luego “Concesión de espacios de Televisión”

<sup>2</sup> Durante mucho tiempo los canales públicos en los que se entregaban los espacios a las programadoras privadas para la producción de contenidos se les denominaban “canales públicos comerciales”. Hasta 1998 existían dos: *Canal A* y *Canal Uno*. Pero luego de la entrada de los canales privados las programadoras del *Canal A* devolvieron los espacios y muchos no terminaron el período asignado; en tanto el *Canal Uno* quedó en manos de 4 programadoras. En 2016 la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV) licitó el *Canal Uno* para entregárselo a un solo operador; por tanto, a partir de abril de 2017 el *Canal Uno* será operado y programado por una sola empresa, siendo este el final del último canal público comercial del viejo sistema mixto, pues bajo esta modalidad el *Canal Uno* fue definitivamente privatizado.

La televisión colombiana nació y operó bajo el modelo de Estado centralista consagrado en la Constitución Política de 1886, en el que en la capital del país se concentraba todo el manejo y el control del aparato estatal. Por eso desde su nacimiento la TV fue pensada como un instrumento para difundir las ideas y representaciones de nación que el Estado controlaba, de modo que durante treinta años (1954-1984) la TV se produjo y se refirió exclusivamente a Bogotá. Esto ocasionó que durante muchos años las regiones estuvieron por fuera de las representaciones de nación que por la pantalla circulaban, razón por la cual en reiteradas ocasiones manifestaron su inconformidad frente a unos contenidos audiovisuales que no las representaba ni hacían visibles sus realidades y particularidades<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> Colombia es una República Unitaria; es decir, posee un único centro de poder que concentra la administración del Estado. La capital del país es Bogotá, pero además existen 32 Departamentos, cada uno de los cuales cuenta con una ciudad capital.



Mapa 1. División política de Colombia



Fuente: Tomado de Mapas del Mundo. <http://espanol.mapsofworld.com/mapa-del-mundo/>

Debido a esto, desde inicios de la década de 1970 el departamento de Antioquia presentó al gobierno nacional propuestas para que se le otorgara el derecho de producir su

propia televisión, realizando los primeros esfuerzos para constituir lo que más adelante sería la televisión regional.

Si se quisiera colocar un punto de referencia para iniciar la historia de los canales regionales, habría que recurrir tal vez a una carta que el gerente de las Empresas Departamentales de Antioquia (EDA), Bernardo Osorio Gómez, envió en febrero de 1970 al Ministro de Comunicaciones, Antonio Díaz García, donde le planteaba: “Muy respetuosamente reiterémosle a usted el interés que tiene las Empresas Departamentales de Antioquia de instalar en la ciudad de Medellín un canal de Televisión. (AMAYA, 1986, p. 47).

Sin embargo ante estos reclamos, el gobierno centralizado en Bogotá negaba toda posibilidad para que la TV regional existiera. La principal razón para no permitir la TV regional estaba vinculada al temor de perder el poder de construir y narrar la nación desde el modelo de país que las élites centralistas imaginaban y controlaban amparados en una Constitución Política redactada en el siglo XIX.

El proyecto de televisión regional estaba asociado a la idea autonomía que defendían las regiones, por consiguiente la discusión era una lucha por los sentidos y significados de país ya que las regiones no se identificaban con las imágenes propuestas desde la ciudad capital. Estos deseos estaban vinculados a los debates por la descentralización política que se venía dando en Colombia, en la que reclamaban mayor autonomía en lo político, administrativo y por supuesto, en lo cultural (JARAMILLO, 1996).

Al igual que la región antioqueña, fueron la región Pacífica, liderada por el departamento del Valle del Cauca y la Caribe, las que impulsaron la iniciativa de los canales públicos regionales. Pero habría que esperar hasta 1984 para que el gobierno nacional, en cabeza del antioqueño Belisario Betancourt, aprobara mediante los decretos 3100 y 3101 de 1984 el nacimiento de la televisión regional; decretos que hacían parte de una reestructuración al manejo de la televisión pública que se vería plasmada en la Ley 42 de 1985.

Es esa historia la que se desea narrar e interpretar en los capítulos que se presentan a continuación, por ello el objetivo es caracterizar y describir el contexto sociopolítico en el cual se da el nacimiento de la televisión regional, describiendo la situación de la televisión pública en ese momento y la oposición de las programadoras privadas de los canales nacionales, además de identificar los esfuerzos políticos y económicos que debieron realizar las regiones para poner al aire su propia televisión y así constituir un medio de comunicación que contribuyera al reconocimiento y reconfiguración de imaginarios sobre sus culturas.

Se desea, no solo reconstruir el proceso de aparición y expansión de la televisión regional y las transformaciones que ella ocasionó en el paisaje televisivo, también se busca reflexionar y debatir algunos postulados e ideas que se han mitificado sobre la historia de la televisión en el país; la principal de ellas es la idea de la existencia de una TV pública nacional y regional, pues se pretende evidenciar cómo ambos modelos de televisión han tenido poco de público. Por ello el documento también tiene como propósitos analizar el modelo de financiación de la televisión pública y su estructura y los órganos de gestión, para demostrar que la televisión pública colombiana ha estado más cerca de la TV comercial en aspectos de financiación, y de la TV Estatal en el caso su administración y gestión.

La trama del documento gira en torno a dos hipótesis: la primera de ellas se refiere a la importancia cultural de la televisión regional, pues su aparición y desarrollo ocupó un lugar fundamental en la producción y circulación de nuevas imágenes de país que posibilitaron ampliar los referentes para pensar e imaginar la nación más allá del centralismo capitalino. La segunda hipótesis busca demostrar que la estructura bajo la que se conciben los canales regionales, los aleja de poder ser definidos como canales públicos, pues al depender administrativamente de las gobernaciones departamentales y de los recursos de la publicidad y comercialización de contenidos este tipo de canales responde más a intereses y presiones políticas y económicas que a los de la ciudadanía y sus audiencias, como lo deben hacer los medios públicos.

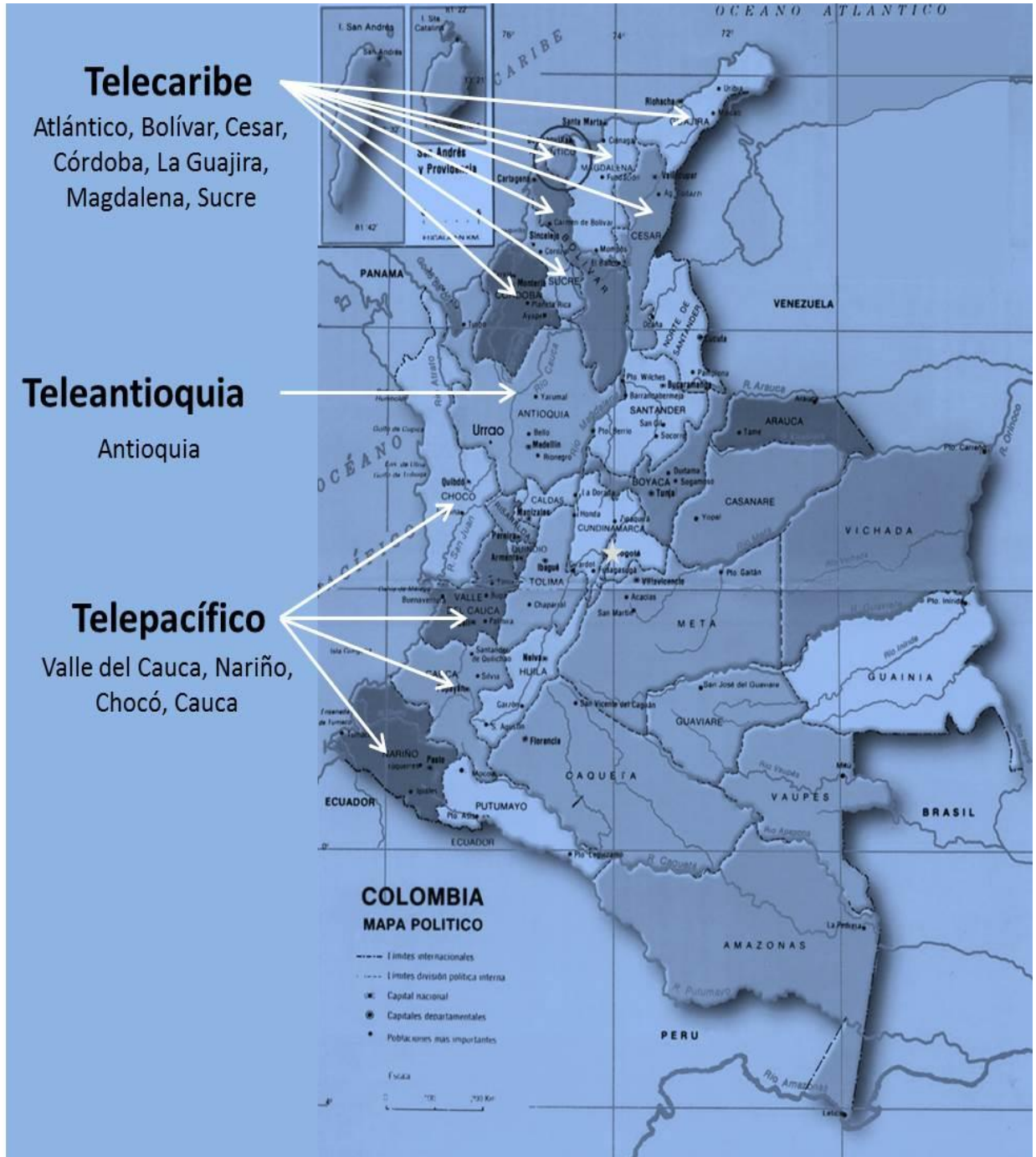
La interpretación histórica que aquí se hace de la TV regional es un relectura del pasado que se ha contado sobre la televisión Colombiana, pasado que en ocasiones se ha mitificado y poco se ha cuestionado; por tanto, se entiende la historia como un espacio en disputa en el que se reconstruyen y revisan versiones sobre ese pasado; por eso el texto además busca cuestionar los “héroes” de la TV colombiana como el caso de Fernando Gómez Agudelo, que si bien desempeñó un papel esencial en la llegada de la televisión al país como primer director de la oficina de Televisión y Radiodifusora Nacional, dependencia ligada a la Dirección de Información y Propaganda del Estado, una vez como actor desde el sector privado fue uno de los protagonistas de la captura de lo público por parte los privados que impidieron el desarrollo de una televisión plural y democrática. Igualmente se debatirán ideas que se han cristalizado y se han tomado como incontrovertibles, como el hecho de que desde su nacimiento la televisión colombiana fue una televisión pública nacional, pero que en realidad fue una televisión local bogotana donde lo público se difuminó y se alejó de sus principios básicos.

En una época caracterizada por grandes y rápidos cambios en la que muchos parecen estar preocupados por el futuro, se considera pertinente detener el paso para reflexionar y preguntar por el pasado, pues si bien con la llegada de la Televisión Digital Terrestre (TDT) las formas de hacer y ver televisión están cambiando aceleradamente, mirar hacia atrás para comprender el nacimiento y crecimiento de la televisión pública regional contribuirá a entender la forma en la que se ha manejado el servicio público de televisión, así como conocer los actores y las condiciones que determinan su funcionamiento.

Con la investigación se propone, no una historia de anécdotas o de alguna institución televisiva en particular, lo que Eduardo Gutiérrez ha definido como egohistorias (GUTIÉRREZ, 2015), sino una historia integradora que permita comprender las transformaciones sociales y culturales a partir de las cuales surgió la televisión regional, pero también las que ella misma generó en el panorama cultural y el paisaje comunicativo de la nación. Por lo tanto, más que una historia de uno u otro canal, es una historia de la configuración de la televisión pública en Colombia.

Para alcanzar este propósito se reconstruirá las particularidades históricas de los tres primeros canales regionales: *Teleantioquia* que pertenece al departamento de Antioquia; *Telecaribe* en el que se integran los departamentos del norte del país: Atlántico, Bolívar, Cesar, Córdoba, Magdalena, La Guajira y Sucre; y *Telepacífico* al que se vinculan Chocó, Valle del Cauca, Cauca y Nariño. Para ello se recurrió a fuentes primarias, tales como periódicos nacionales y regionales; documentos institucionales de los canales analizados y entidades encargadas del servicio público de televisión: Instituto Nacional de Radio y Televisión (Inravisión), Comisión Nacional de Televisión (CNTV), Autoridad Nacional de Televisión (ANTV) y demás instituciones intervinientes en su administración, además de entrevistas a personas vinculadas a la televisión; Igualmente se emplearon fuentes secundarias como libros y artículos académicos sobre la TV colombiana.

Mapa 2. Canales regionales y departamentos



Se ha hecho énfasis en estos canales pues fueron los primeros en entrar en funcionamiento, además porque pertenecen a las regiones política y económicamente más influyentes y que con mayor fuerza interpelaron al Estado centralista para la aprobación de la televisión regional. En el capítulo III se profundizará en las características de los canales señalados, por ahora vale señalar que *Teleantioquia*, *Telecaribe* y *Telepacífico* fueron los

primeros canales en ser aprobados, creados y puestos en funcionamiento bajo la Ley 42 de 1985 con la que se reestructuró el manejo de la televisión en Colombia. Por tanto, al ser los primeros canales debieron afrontar múltiples problemáticas y críticas de sectores políticos y económicos que, por diferentes razones, se opusieron a la descentralización de la TV colombiana. Así entonces, repasar las trayectorias de estos canales se considera esencial, no solo para entender sus funciones e importancia en un sistema de medios centralizado, sino para comprender el modelo de televisión pública que se ha gestado en Colombia, un modelo particular que merece ser analizado para proyectar lo que puede ser el futuro de los medios públicos en ambiente mediático caracterizado por la proliferación de contenidos y plataformas.

Si bien no se mencionan directamente la situación de los demás canales regionales: *Telecafé*, *Canal Regional de Oriente*, *Canal Capital*, *TV Andina* y *Teleislas*, el análisis se ha realizado pensando en ellos, pues cuando se estudia la estructura administrativa y el modelo de financiación se enfatiza en los canales objeto de estudio, pero es claro que esos aspectos atañen a todos los canales regionales existentes en Colombia.

**Tabla 1. Canales públicos regionales en Colombia**

NOMBRE	INAUGURACIÓN	PROPIEDAD	DEPARTAMENTOS SOCIOS	COBERTURA	PROGRAMACIÓN
Teleantioquia	1985	Estatadepartamental	Antioquia	Antioquia	Generalista
Telecaribe	1986	Estatadepartamental	Atlántico, Bolívar, Cesar, Córdoba, La Guajira, Magdalena, Sucre	Atlántico, Bolívar, Cesar, Córdoba, La Guajira, Magdalena, Sucre	Generalista
Telepacífico	1988	Estatadepartamental	Valle del Cauca	Valle del Cauca, Cauca, Chocó, Nariño	Generalista
Telecafé	1992	Estatadepartamental	Caldas, Quindío, Risaralda	Caldas, Quindío, Risaralda	Generalista
Canal TRO	1996	Estatadepartamental	Santander, Norte de Santander	Santander, Norte de Santander	Generalista
Canal Capital	1997	Estatadepartamental	Bogotá, Distrito Capital	Bogotá, Distrito Capital	Generalista
Canal Trece	1988	Estatadepartamental	Boyacá, Caquetá, Casanare, Cundinamarca, Putumayo, Huila, Meta, Tolima, Guaviare.	Boyacá, Caquetá, Casanare, Cundinamarca, Putumayo, Huila, Meta, Tolima, Guaviare.	Generalista
Teleislas	2004	Estatadepartamental	San Andrés, Providencia y Santa Catalina	San Andrés, Providencia y Santa Catalina	Generalista

**Fuente:** Elaborado por el autor.

La tabla 1 muestra los ocho canales públicos regionales que funcionan en la actualidad. En ella se puede apreciar el año de inauguración, los departamentos socios y su área de cobertura. Sin embargo, con relación a la cobertura de los canales regionales se debe hacer una claridad, pues si bien todos ellos nacieron con el derecho a producir contenidos para un área específica, con los avances tecnológicos su cobertura se ha ampliado más allá de sus fronteras regionales. De acuerdo a la Ley 182 de 1995 el servicio de televisión se clasifica a partir de cuatro aspectos: A). Tecnología de transmisión. B). Usuarios del Servicio. C). Programación D). Cubrimiento.

En cuanto a la tecnología de transmisión la televisión se clasifica en: radiodifundida que “es aquella en la que la señal de televisión llega al usuario desde la estación transmisora por medio del espectro electromagnético, propagándose sin guía artificial” (LEY 182, 1995). Cableada “Es aquella en la que la señal de televisión llega al usuario a través de un medio físico de distribución, destinado exclusivamente a esta transmisión, o compartido para la prestación de otros servicios de telecomunicaciones de conformidad con las respectivas concesiones y las normas especiales que regulan la materia” (LEY 182, 1995). Satelital “Es aquella en la que la señal de televisión llega al usuario desde un satélite de distribución directa” (LEY 182, 1995).

Con relación a los usuarios del servicio la televisión se clasifica en: abierta y por suscripción. La primera es “aquella en la que la señal puede ser recibida libremente por cualquier persona ubicada en el área de servicio de la estación” (LEY 182, 1995); en tanto la segunda “Es aquella en la que la señal, independientemente de la tecnología de transmisión utilizada y con sujeción a un mismo régimen jurídico de prestación, está destinada a ser recibida únicamente por personas autorizadas para la recepción” (LEY 182, 1995).

Con relación a la programación el servicio de televisión se clasifica en Comercial y de interés público. Finalmente la Ley clasifica el servicio de televisión en función de su nivel de cubrimiento; por tanto, hay Televisión Internacional, Nacional, Zonal, Regional y Local. Internacional “Se refiere a las señales de televisión que se originan fuera del territorio nacional y que pueden ser recibidas en Colombia o aquella que se origina en el país y que se puede recibir en otros países” (LEY 182, 1995). Nacional “se refiere a las señales de televisión autorizadas para cubrir de manera permanente todo el territorio nacional” (LEY 182, 1995). Zonal “Es aquella autorizada, como alternativa privada y abierta al público, para cubrir, de manera permanente las necesidades del servicio y la prestación eficiente y



competitiva del mismo” (LEY 182, 1995). Local “Es el servicio de televisión que cubre un área geográfica determinada, formada por el territorio del distrito capital o de más de un departamento” (LEY 182, 1995). Regional “Es el servicio de televisión prestado en un área geográfica continua, siempre y cuando ésta no supere el ámbito de un mismo municipio o distrito, área metropolitana o asociación de municipios” (LEY 182, 1995).

Definir el servicio de Televisión con relación a su nivel de cobertura tiene diversas implicaciones, pues bajo ese modelo, los canales regionales solo estaban autorizados para emitir su señal en determinada parte del territorio nacional; sin embargo, desde mediados de la década de los 90 la penetración de televisión por suscripción se amplió en el país; en consecuencia, los usuarios comenzaron a tener un conflicto con la señal de televisión abierta y por suscripción (Cableada o Satelital), pues todos los canales de señal abierta no estaban en la parrilla de la televisión por suscripción, ya que muchos operadores no incluían por ejemplo, los canales regionales. Para regular este, y otros aspectos, la Comisión Nacional de Televisión (CNTV) promulgó la Ley 680 de 2001 “por la cual se reforman las Leyes 14 de 1991, 182 de 1995, 335 de 1996 y se dictan otras disposiciones en materia de Televisión”. En el artículo 11 de la mencionada Ley se puede leer

Los operadores de Televisión por Suscripción deberán garantizar sin costo alguno a los suscriptores la recepción de los canales colombianos de televisión abierta de carácter nacional, regional y municipal que se sintonicen en VHF, UHF o vía satelital en el área de cubrimiento únicamente. Sin embargo, la transmisión de canales locales por parte de los operadores de Televisión por Suscripción estará condicionada a la capacidad técnica del operador. (Ley 680, 2001, art. 11)

Lo anterior quiere decir, que los prestadores del servicio de televisión por suscripción pueden poner en su parrilla de programación todas las señales abiertas de la región en la que presten el servicio, siempre y cuando el canal abierto cuente con las especificaciones técnicas. Es decir, que si una empresa de Tv por suscripción presta su servicio en el departamento de Antioquia, deben incluir en su parrilla la señal de *Teleantioquia*. Pero a pesar de lo plasmado en la Ley, el cumplimiento del artículo 11 muchas empresas de televisión por suscripción no incluían todas las señales de los canales abiertos, además la inclusión de determinados canales dependía de intereses comerciales. O sea, solo incluía las señales de canales regionales en las zonas que consideraba como un mercado potencial.

Durante años los operadores ponían y quitaban los canales regionales de sus parrillas de programación aduciendo razones técnicas, por ello era común que en le región Caribe



algunas empresas de televisión satelital no incluyeran el canal regional pues este no estaba en el satélite. En ese panorama, los propios canales tuvieron que negociar con los cableoperadores para que pusieran su señal en la parrilla de programación; pero como la negociación era entre canales y empresas de televisión por suscripción, unos canales aparecían en algunas empresas y otros no. La entidad encargada de regular el servicio de TV, nunca tomó cartas en el asunto, por eso la interpretación de la Ley se daba de acuerdo a intereses de los canales o empresas prestadoras de televisión por suscripción.

Ante el vacío jurídico en noviembre de 2016 la Corte Constitucional tuvo que intervenir para regular este servicio, por eso a través de la Sentencia T599/16 ordena a la Autoridad de Nacional de Televisión (ANTV) a modificar la leyes vigentes, pues considera que todas las empresas prestadoras de televisión por suscripción, deben incluir en su parrilla todos los canales públicos regionales. Esto quiere decir, que las empresa de televisión por suscripción deben tener en su parrilla los ocho canales regionales y no solo el canal abierto del área donde presta el servicio; así entonces una empresa de televisión por cable que preste sus servicios en el departamento del Valle del Cauca, no debe incluir solo a *Telepacífico* sino a los sietes canales regionales restantes. En esas circunstancias, en la actualidad los canales regionales no son recibidos únicamente en sus áreas de influencia, sino que a través de la televisión por cable y satelital su señal puede ser recibida en cualquier parte del país.<sup>4</sup>

La reconstrucción de la historia de la televisión regional se realizará a partir de las particularidades de los canales mencionados. El primer punto a definir dentro de la estrategia metodológica con la que se llevará a cabo la investigación será precisar el periodo sobre el cual se centrará el análisis. Considerando que en 1984 se abre paso a la creación de canales de televisión pública regional, pero que es durante el gobierno del presidente conservador Belisario Betancur (1982-1986) en el que se propicia el debate nacional para su nacimiento, se tomará como punto de partida 1982, año en el que inicia el periodo presidencial de Betancur ya que es durante su mandato en el que comienza una época de cambios en las políticas que reglamentan la televisión nacional y en el que se concretan modificaciones en el ámbito televisivo colombiano que se verán reflejadas en la Ley 42 de 1985 que, entre otros aspectos,

---

<sup>4</sup> Vale destacar que el autor de esta tesis fue consultado por la Corte Constitucional de Colombia para emitir concepto sobre la importancia cultural de televisión regional en el país, y la pertinencia de que sus señales se recibieran a través de todas las empresas prestadoras del servicio de televisión por cable. El fallo de la Corte fue emitido en noviembre de 2016 y a partir de esa fecha la ANTV tiene seis meses para reglamentar ese servicio.

transformó la Constitución y las funciones del Instituto Nacional de Radio y Televisión (Inravisión), la entidad que desde 1964 venía manejando la televisión colombiana.

**Tabla 2. Entidades administradoras del servicio público de televisión en Colombia**

ENTIDAD	MARCO LEGAL	DEPENDENCIA	CREACIÓN	DESAPARICIÓN
Televisora Nacional	Decreto 101 de 1955	Poder Ejecutivo	1955	1964
Instituto Nacional de Radio y Televisión (Inravisión)	Decreto 3267 de 1963	Poder Ejecutivo	1964	2004
Comisión Nacional de Televisión (CNTV)	Constitución Política de 1991. Ley 182 de 1995	Autónomo	1995	2012
Autoridad Nacional de Televisión (ANTV)	Acto Legislativo No 2 de 2011. Ley 1507 de 2012	Poder Ejecutivo	2012	Vigente

Fuente: Elaborado por el autor.

En este punto es importante mencionar las entidades que durante 60 años han administrado el servicio público de televisión. Cuando se inaugura la TV en Colombia, esta dependía de la Oficina de Información y Prensa del Estado (ODIPE) vinculada a la Presidencia de la República y encargada de controlar la información de radio y prensa durante el gobierno del General Gustavo Rojas Pinilla; por tanto, cuando se plantea el proyecto de televisión se realiza a través de la ODIPE que sería la encargada de la compra de equipos y contratación de personal. En 1955 cuando se dan los primeros pasos del sistema mixto se crea la Televisora Nacional como una dependencia de ODIPE, para manejar los asuntos relativos a la televisión nacional, tanto en lo referente a producción como en lo relacionado a distribución de la señal y demás aspectos de su funcionamiento. El primer director de la Televisora Nacional fue Fernando Gómez Agudelo, personaje significativo dentro de la historia de la televisión colombiana.

Sin embargo, luego de la salida de Rojas Pinilla como presidente de la república la manera de entregar en arrendamiento los espacios en televisión se modifica, pues hasta ese momento se asignaban directamente, y a partir de 1958 se empiezan a entregar por concurso público.

Ante el crecimiento e importancia que comienza a tener el medio televisivo, durante los primeros años de la década de 1960 se propone la creación de una nueva entidad para la administración de los medios audiovisuales; es así que en 1963, bajo la presidencia del conservador Guillermo León Valencia (1962-1966) se crea el Instituto Nacional de Radio y Televisión (Inravisión), entidad adscrita al Ministerio de las Comunicaciones y que se encargará de administrar todo lo relacionado con la televisión: políticas, infraestructura, estudios y programación.

Si bien Inravisión ya no está vinculada directamente a una oficina de la Presidencia como si lo estaba la Televisora Nacional, su dependencia del poder ejecutivo era incuestionable, pues el director del instituto era nombrado por el presidente de la República, un aspecto que delinearé el modelo administrativo de la televisión colombiana, pues como se mostrará en el capítulo V, la gubernamentalización de la gestión y administración del medio audiovisual la concibió más como una televisión estatal que pública. De ahí que uno de los aspectos que se quiso reformar en los años 80 fue desvincular el manejo de la televisión de la órbita del poder ejecutivo, por eso en la Ley 42 de 1985 se propuso la creación del Consejo Nacional de Televisión, en la que el director de Inravisión compartía y debatía con otros actores y sectores las decisiones sobre la televisión colombiana, aunque en la práctica la influencia del poder ejecutivo dentro del Consejo Nacional de Televisión siempre fue superior a la del resto de sectores.

Habría que esperar hasta 1995 para que se creara una entidad verdaderamente autónoma, la Comisión Nacional de Televisión (CNTV), que se creó por mandato de la Constitución Política de 1991. Aunque nació con una estructura que buscaba autonomía frente a poderes políticos, la CNTV fue rápidamente cooptada por el poder ejecutivo, legislativo y por intereses económicos, en consecuencia en el 2012 se planificó su disolución.

De esa forma a través de la Ley 1507 de 2012 se desconstitucionalizó el manejo de la televisión en Colombia, y las funciones que venía cumpliendo la CNTV fueron distribuidas en cuatro entidades diferentes: la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV) que quedó con la responsabilidad de las concesiones de televisión, la vigilancia sobre los contenidos y la regulación de aspectos relacionados con publicidad y comercialización; la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) encargada de las condiciones de operación y explotación del servicio de televisión; la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) responsable de vigilar las prácticas de competencia en el sector audiovisual; Agencia Nacional del Espectro (ANE) que asumió la administración del espectro radioeléctrico. Todas las entidades en las que recayó el manejo de la televisión son entidades dependientes del gobierno nacional, sea a través del Ministerio de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (MINTIC) o de la propia Presidencia de la República; por tanto, este proceso ha sido descrito por el investigador Juan Carlos Garzón como la regubernamentalización de la televisión (GARZÓN, 2015)

## **Estrategia metodológica**

En los trabajos sobre historia de la televisión se pueden caracterizar dos tipos de estudios: los “generalistas” preocupados por hacer un análisis global en los que se pierden los detalles; y los “particularistas”, enfocados en asuntos puntuales desconociendo los contextos y relaciones complejas.

Estes oscilam entre o generalismo descritivo de fatos, o que faz com que se afaste dos processos históricos a serem interpretados, e o particularismo desenfreado, que centra a análise em aspectos pontuais, desconsiderando-se o contexto no qual os fenômenos históricos se produziram. (BARBOSA & GOULART, 2013, p. 162).

Por eso para intentar romper con estos sesgos la presente investigación no se concentrará en una solo canal, sino en tres de ellos con la intención de no describir solamente las particularidades de una región o de una empresa televisiva, sino más bien comprender los cambios que dieron paso a la televisión pública en la regiones pero también las transformaciones que ella produjo en el ámbito comunicativo de la nación.

A diferencia de otros trabajos sobre historia de la televisión en los que el periodo estudiado tiene como punto de partida y llegada algunas emisiones en particular o históricas para el medio de comunicación (VARELA, 2005). Si bien la historia de la televisión regional no comienza en 1982, esta fecha se considera importante pues inicia un periodo de transformaciones de la TV Colombiana, ya que se gesta y ejecuta la idea de que las regiones produzcan su propia televisión. La delimitación de esta fecha no deja de ser un proceso arbitrario, pues como afirma el historiador británico Peter Burke “Con independencia de dónde se comience una historia, siempre puede argumentarse que debería haber empezado antes” (2000, p. 17). En ese mismo sentido la investigadora Mirta Varela asegura que “toda periodización es necesariamente arbitraria en el sentido de que se trata de una decisión del investigador a partir de sus propias interpretaciones históricas” (S/F, p. 6).

Aquí no se propone una historia lineal de la televisión regional dividida en periodos o etapas, más bien a partir del abordaje de los aspectos culturales, económicos y políticos que la hicieron posible se espera reconstruir e interpretar más de treinta años de descentralización de la televisión. El primer capítulo no comienza con la primera emisión de la televisión regional, ni se describen etapas sucesivas por las que ella ha transitado. Por ello, se debe dejar en claro que para el desarrollo del proyecto la perspectiva histórica ha sido central, pero dentro de ella se ha priorizado el análisis de aspectos que condicionan y configuran de manera general la televisión pública en el país.

Cuando se hace historia de la TV es posible definir diferentes estrategias para establecer la periodización, se puede hacer a partir de aspectos: tecnológicos, de programación, políticos, económicos, legales, entre otros; por eso como bien lo señala Sergio Capparelli “los recortes que propone el investigador dependen de los objetivos de la investigación y sólo tienen consistencia, en términos académicos, dentro de un contexto de determinados principios explicativos.” (CAPPARELLI, 2000, p. 34).

Diversos autores han definido etapas de la televisión de acuerdo a cambios que han identificado en las maneras de producción, circulación y consumo de contenidos audiovisuales; Eli Noam (1995) ha caracterizado tres periodos por los que ha transitado la televisión: televisión privilegiada, fragmentada y cibertelevisión. La primera hace referencia a la época en la que había pocos canales, públicos o privados establecidos como monopolio, una televisión generalista dirigida a todo tipo de audiencias. La fragmentada se refiere a una TV caracterizada por su acento comercial que amplía el número de opciones audiovisuales y se da una mayor especialización, ya no hay solo canales generalistas sino temáticos enfocados en deportes, películas, información, entre otros, aparece la TV por cable. Por su parte la cibertelevisión es la televisión del futuro con la existencia de multicanales de mayor distribución y con producción descentralizada caracterizada por la capacidad del usuario para elegir y personalizar su consumo audiovisual. Para el autor, cada una de las etapas descritas delinea la estructura en la propiedad de los medios, el modelo de financiación, los contenidos, el acceso y la orientación en el servicio.

Con la misma intención de organizar las etapas de desarrollo de la televisión, el investigador Alejandro Piscitelli (1995) ha hablado de Paleo, Neo y Postelevisión. Para el autor la Paleotelevisión era la televisión masiva, abierta y con un proyecto educativo y cultural para las audiencias. La Neotelevisión es aquella que produce contenidos más allá del proyecto pedagógico de la paleotelevisión, aparecen nuevos formatos como el talkshow y se especializa en otro tipo de contenidos como deportes, cine y noticias que se transmiten a través del cable o satélite. La Postelevisión será la TV del futuro que se podrá ver en computadores y se transmitirá a través de banda ancha de internet.

Por su parte Jean Michel Salaun ha hecho referencia a la televisión Masiva, Fragmentada e Interactiva (En CAPPARELLI, 2000), etapas similares a la de los autores mencionados previamente, pues la masiva se refiere a aquella de contenidos generalistas dirigidas a todo tipo de públicos; la fragmentada al tipo de televisión que posibilitaron la

transmisión por cable y satélite en la que el número de canales se amplió y especializaron; en tanto la TV interactiva se caracteriza por la autonomía de los usuarios para elegir y personalizar contenidos.

Por su parte, Roberta Pearson identificó tres periodos para la televisión norteamericana, periodos que denominó TV-I, TV-II, TV-III. El primero de ellos ubicado entre 1950 y 1980 identificado por la existencia de pocos canales y de audiencias masivas. La TV-II la ubica entre los años 80 y 90 y se caracteriza por la mejora en la calidad de la imagen, el crecimiento de las cadenas tradicionales que amplían el número de canales; en tanto, la TV-III aparece a finales de la década de 1990 y va hasta el presente y se da gracias a la digitalización de la señal, la proliferación de plataformas y la fragmentación de las audiencias (PEARSON en JENNER, 2014).

Si bien cada uno de estos tipos de categorización sirven para explicar momentos por los que ha transitado la televisión en el mundo, ello no quiere decir que sirvan para analizar todos los tipos de televisión a partir de ellos, pues como señala Jenner, "the periodization of television is always difficult and changes in the media landscape are part of complex discourses and significant 'milestones' or transformative moments are almost impossible to pinpoint and always nationally, or even regionally" (JENNER, 2014, p. 6). Es decir, que en el caso del estudio de la TV regional en Colombia, hablar de si esta apareció en la época de la paleotelevisión o de la TV-II no es determinante en la medida que lo que se pretende explicar no es un tipo de televisión, sino las características de unos canales que afectaron el panorama de la televisión colombiana.

La reconstrucción de la historia de la televisión regional se realizó por medio de la combinación de dos técnicas de recolección de información complementarias: el análisis documental y entrevistas. Primero se realizó una revisión documental a periódicos nacionales (*El Tiempo & El Espectador*) y regionales (Medellín: *El Colombiano, El mundo*; Cali: *El País*; Barranquilla: *El Herald*) durante el periodo de tiempo señalado, ya que al ser lugar de debate público en estos periódicos se rastrearon las discusiones y reflexiones que políticos, periodistas y académicos hacían sobre el tema en cuestión.

Pero como hacer historia de los medios es hacer historia del tiempo presente, esto es, una historia en la que el fenómeno analizado, sus causas y consecuencias no han desaparecido y en la que el investigador y los protagonistas de los acontecimientos comparten el tiempo: son contemporáneos, en este trabajo también se recurrió a la entrevista, una técnica que ayuda

a repensar el pasado y que diferencia este tipo de historia de otras como la historia antigua, medieval o moderna en la que los sucesos han desaparecido o finalizado y los actores también.

La aparición de la Historia del Tiempo Presente (HTP) como campo de estudios dentro de la disciplina histórica tiene su punto de partida en la creación del Instituto de Historia del Tiempo Presente en París (Institut d'Histoire du Temps Présent), fundado y dirigido en los primeros años por el historiador François Bédarida, que en compañía de Henry Rousso delinearon conceptual y metodológicamente la HTP (Rousso, 2007b).

La propuesta de la HTP es combatir el presentismo de las ciencias sociales, principalmente del periodismo y la comunicación, reconocido este último como un campo de conocimiento que estudia el presente sin relacionarlo con el pasado; rasgo identificado claramente en los estudios sobre televisión en Colombia, como se mostrará en el capítulo I, pero también caracterizado por investigadores como Marialva Barbosa (2012) y Raúl Fuentes (2009) en Brasil y México respectivamente, la primera habla de presentismo y el segundo de inmediatismo superficial.

La Historia del Tiempo Presente propone una mirada transdisciplinar sobre el presente en la que se vinculan disciplinas como la sociología, antropología, literatura, ciencia política, comunicación, que permiten estudiarlo y analizarlo más allá de la superficialidad del periodismo, pero también con mayor flexibilidad que la de los estudios históricos decimonónicos enfocados en estudiar hechos, períodos y acontecimientos acabados que garantizarían la objetividad del investigador. Por eso el historiador colombiano Hugo Fazio, apoyado en Timothy Garton afirma que: “la historia del presente es una práctica donde convergen el periodismo, la historia y la literatura y es una historia que se define por la subjetividad del historiador y por su implicación directa en los eventos históricos contemporáneos” (Fazio, 2010, p. 41).

Pero la subjetividad de quien reconstruye la historia no debe ser entendida como simple opinión, sino con una persona afectada por el tiempo que analiza, pues “el historiador, como todo ciudadano, pertenece plenamente a este tiempo” (ROUSSO, 2007a, p. 45); eso, lo distingue del historiador que analiza un tiempo diferente al suyo; por eso el propio Henry Rousso afirmó que si bien el investigador tiene vínculos con el periodo y acontecimientos analizados “debe poder alejarse de él tanto como le sea posible, situarlo a distancia o, al

menos, ayudar a este distanciamiento indispensable, propio de todo enfoque historiográfico”. (ROUSSO, 2007a, p. 45)

Como se ha venido destacando, en la historia del tiempo presente los fenómenos estudiados y el momento en el que se investigan no están separados por la distancia de los años, sean décadas o siglos; por el contrario, el investigador está inmerso en el tiempo que analiza. Por supuesto esto ha generado constantes críticas a este tipo de investigación, pues se ha argumentado que la cercanía entre el tiempo estudiado y su estudio impide análisis objetivos y sosegados; por eso como destaca Barbosa, para hacer historia del tiempo presente “há que se ter em mente também que tentar explicar um mundo no qual estamos imersos, do qual somos partes integrantes é profundamente difícil”. (BARBOSA, 2013, p. 338)

Por estas características, la historia del tiempo presente siempre será una historia en construcción, pues los fenómenos, hechos y acontecimientos analizados no han acabado; o sea, no han desaparecieron, siguen vigentes; por tanto, deben ser reestudiados constantemente, como bien señala el primer director del Instituto de Historia del Tiempo presente François Bédarida, la HTP “se trata, verdaderamente, de un terreno movedizo, con periodizaciones más o menos elásticas, con aproximaciones variables, con adquisiciones sucesivas. [...] en lugar de un atemporalidad larga, designa más bien el pasado próximo a diferencia del pasado lejano”. (Bédarida, 1998, p. 22)

A diferencia de otro tipo de historias “la historia del tiempo presente concierne a un pasado próximo, para el cual existen todavía actores vivos” (HENRY ROUSSO en FAZIO, 2010, p. 47-48); por ello la segunda técnica que se usó en esta investigación fue la entrevista, pues muchos de los protagonistas del fenómenos estudiado están vivos; por tanto, para pensar y analizar la historia de la TV en las regiones se consideró esencial involucrar actores y protagonistas que participaron en su desarrollo, es decir, complementar los registros que hay sobre la TV regional con la historia oral de quienes de alguna manera hicieron parte de esa historia.

Por ello parte de lo que se expone a lo largo del documento se respalda en la voz de quienes, de una u otra forma, vivieron de cerca el nacimiento y desarrollo de los canales regionales, pues para este trabajo se realizaron entrevistas a personas directamente vinculadas a la vida de los canales que conforman la muestra, particularmente a quienes actuaron como gerentes, productores y periodistas. Con las entrevistas se pretende recrear, a través del relato



de sujetos involucrados con los canales, las particularidades del contexto así como los eventos que marcaron su desarrollos.

En ese sentido se apeló a la memoria de personas participes de la historia de la televisión regional, considerando que a partir de sus relatos es posible caracterizar particularidades y generalidades los canales públicos analizados (GOULART, 2015). La intención de acudir a los relatos de personas vinculadas a la historia de la TV en Colombia, se ha hecho con el objetivo de respaldar, argumentar y en ocasiones discutir determinadas situaciones y acontecimientos, pues como bien lo destacó Maurice Halbwachs “Recurrimos a los testimonios, para fortalecer o invalidar, pero también para completar lo que sabemos acerca de un acontecimiento del que estamos informados de algún modo, cuando, sin embargo, no conocemos bien muchas de las circunstancias que lo rodean” (HALBAWCHS, 2004, p. 25). Por tanto, las afirmaciones de los entrevistados se usarán en apartes del documento para respaldar o controvertir ideas, y no con la intención de resaltar una versión particular de la historia de la televisión pública en las regiones colombianas. Lo anterior considerando las recomendaciones de Goulart quien sostiene que:

[...] ao usar a história oral, [O pesquisador] deve estar atento para uma série de riscos em que ele pode cair se não ancorar sua metodologia numa sólida reflexão teórica sobre a tensa e problemática relação entre memória e história. Um dos principais riscos está na utilização de uma perspectiva memorialista. O pesquisador deve estar atento para não se deixar levar pelo tom de muitos relatos dos jornalistas que, baseados numa certa cultura corporativa, tendem a valorizar os fatos ou as curiosidades da profissão, acionando o passado, muitas vezes, de forma celebratória e mesmo anedótica. (GOULART, 2015, p. 88).

Si bien se recurre a la memoria de personas vinculadas a los canales, no se desarrollará una trabajo de corte memorialístico como los que han caracterizado Marialva Barbosa y Ana Paula Goulart en Brasil, pues según las autoras los trabajos memorialísticos enfocados en empresas periodísticas o mediáticas particulares, impiden una mirada holística y se realizan en periodos reducidos y bajo parámetros del tiempo lineal (BARBOSA & GOULART, 2013).

---

<sup>5</sup> En total se realizaron 8 entrevistas a profundidad a personas que desde diferentes posiciones vivieron la llegada de la televisión regional a Colombia. Ana Patricia García: 25 años vinculada a Teleantioquia como directora de programación. Fernando Calero: Director de Inravisión entre 1982 y 1983 y gerente de Telepacífico entre 1988 y 1992. Luz Adriana Latorre: 20 años de experiencia en Telepacífico en diferentes cargos de programación y producción. José Vicente Arismendi: exdirector del noticiero regional 90 Minutos del canal regional Telepacífico. Germán Yances: crítico y analista de medios, exdirector de la *Telerevista*, primera publicación especializada en televisión en Colombia. Edgar Rey Sinning: gerente de Telecaribe entre 2003 y 2009. Roy Marín: coordinador de canales regionales del Ministerio de Comunicaciones entre 1990 y 1992. Milciades Vizcaíno: exfuncionario de Inravisión, investigador en temas de televisión y educación en Colombia.

Como lo destacan las autoras uno de los grandes retos para hacer historia de los medios consiste en superar la concepción de la historia como grandes hechos y personajes “Os estudos de comunicação que envolvem a questão histórica são ainda, em sua maioria, tributários de uma ideia de história baseada em grandes feitos e na atuação singular de grandes atores sociais,” (BARBOSA & GOULART, 2013, p. 155). De ahí que la inclusión de las personas entrevistadas no pretende exaltarlas como héroes de la TV regional, sus relatos importan en la medida que contribuyen a explicar el contexto y aparición de los canales regionales en el país.

La intención de entrevistar personas se alinea con uno de los objetivos de este trabajo, descentrar la historia de la televisión, pues como se mostrará en el capítulo I, hasta el momento la historia de la televisión en el país se ha contado desde Bogotá, y en esas historias no se ha incluido la voz de las regiones, por eso aún no sabemos cómo se vivió en otros lugares diferentes a la capital del país, la llegada y el desarrollo de este medio masivo.

De esta manera se busca contrastar las discusiones que se dieron en el país y el registro que quedó de ellas con la voz y los relatos de algunos de sus protagonistas, quienes por medio de la distancia y reflexión de los años contribuirán a comprender las funciones que ha desempeñado la televisión regional en el reconocimiento y reconfiguración de los imaginarios del país.

Vale resaltar que no se revisaron los géneros, contenidos ni programación de estos canales; tampoco las audiencias o receptores de este medio de comunicación, por considerar que un acercamiento desde ellos implicaría otro tipo de preguntas, objetivos y marco de referencia. Si bien se propone una historia más cercana a la de los administrativos, ello no implica que el resto de actores queden por fuera del análisis, pues quienes participaron en el desarrollo de la televisión regional lo hicieron pensando en las personas que estarían frente a la pantalla, ya que al ser un objeto complejo, su configuración se hace siempre a partir de la confluencia de muchos actores y factores.

Si bien líneas arriba se afirmó que el estudio de la televisión en las regiones se abordaba desde la perspectiva de la historia del tiempo presente, a lo largo del documento se harán evidentes los aportes de otras disciplinas y campos del conocimiento. Por tanto, la investigación se ha desarrollado desde una perspectiva multidisciplinar, propia de los estudios en comunicación, por eso para reinterpretar treinta años de televisión regional se ha recurrido a disciplinas como la historia y antropología para reconstruir las relaciones entre la nación y

las regiones, y sus implicaciones políticas y culturales. Igualmente se ha apelado referentes conceptuales y teóricos de las políticas de comunicación y economía política de las comunicaciones para explicar las particularidades de la televisión colombiana.

Este abordaje multidisciplinar se debe, como se mencionó anteriormente, a que el objetivo no es elaborar una historia lineal de la televisión, sino caracterizar las particularidades culturales, políticas y económicas de la televisión pública regional en Colombia.

En lo cultural se desea destacar los aportes de estos canales en la transformación del paisaje televisivo nacional, que posibilitó a las regiones contarse y representarse a partir de sus propios lenguajes y particularidades, ampliando las imágenes y referentes desde los cuales pensar e imaginar la nación más allá del sesgo centralista de la televisión nacional.

En lo político se busca resaltar cómo el modelo televisivo existente hasta 1985 se correspondía con el ideal centralista del Estado, en el que la homogeneidad y uniformidad eran entendidas como metas para la unificación de la nación. Igualmente se ha querido destacar como la apropiación de los políticos y gobernantes ha impedido que en Colombia se desarrolle una TV pública autónoma e independiente que responda a los intereses de la ciudadanía y uno a interés partidarios.

En lo económico se pretende poner en evidencia cómo desde su nacimiento, el modelo de financiación de la televisión denominada pública la ha alejado de los criterios que la definen, y la han acercado más a la TV comercial; en consecuencia, tanto la televisión nacional desarrollada entre 1954 y 1998, como la regional que apareció en 1985, ha sido financiada y evaluada bajo parámetros comerciales.

El documento se divide en cinco capítulos que buscan reconstruir y reinterpretar el proceso de regionalización de la televisión en Colombia. En capítulo I: *Historias de la televisión en Colombia: vacíos y desafíos* se presenta un estado del arte sobre la historia de la televisión en el país con el objetivo de realizar un balance que permita identificar los asuntos que hasta el momento han sido abordados en la historia de la TV pero principalmente, para destacar los temas que aún deben ser trabajados, como el caso que interesa en esta investigación: la historia de la televisión en las regiones.

Los capítulos II y III sirven como marco para contextualizar la regionalización de la TV en el país. En el capítulo *Nación, Región y Televisión* se hace un recorrido por la

configuración de Colombia como Estado nacional, la lucha política entre federalistas y centralistas y el lugar que ocuparon las regiones dentro de las ideas de nación de los siglos XIX y XX. Igualmente se describe el papel que desde la década de 1950 ocupó la televisión en la construcción y homogeneización del Ser nacional, en el que las que las regiones fueron ignoradas e invisibilizadas.

Por su parte el capítulo III *Regionalización de la televisión pública colombiana* explica el contexto en el cual se generan las discusiones que permitirán, no solo la aparición de los canales regionales, sino reformas estructurales de la TV colombiana. Se caracterizan las particularidades de los tres canales estudiados y los cambios que generaron en el paisaje televisivo colombiano.

Los capítulos IV y V se concentran en analizar dos aspectos esenciales para caracterizar la TV pública: financiación y órganos de gestión y control. A partir de la leyes que regulan el funcionamiento de los canales regionales se ponen en evidencia cómo después de tres décadas, estos se aleja de la filosofía y esencia de lo que deben ser los medios públicos, pues no poseen independencia ni autonomía frente a poderes políticos y económicos.

Por ello el capítulo IV *Financiación de la televisión pública regional* pone en cuestión el actual modelo de financiación de los canales regionales, un modelo que los obliga a competir en el mercado publicitario con las cadenas comerciales del país. En tanto, el capítulo V *Órganos de gestión y control de los canales regionales* muestra cómo a lo largo de treinta años, los órganos de gestión de estos canales han sido cooptados por los poderes políticos locales, desvirtuando sus funciones y concibiéndolos como canales estatales al servicio de los políticos y no de la ciudadanía.

Por último se presentan las conclusiones, donde se propone una discusión frente a las transformaciones del paisaje televisivo colombiano y los desafíos regulatorios que enfrenta la televisión colombiana ante la digitalización y la convergencia para garantizar un sistema de medios públicos autónomo, diverso y plural en la era digital.

## I. HISTORIAS DE LA TELEVISIÓN EN COLOMBIA: VACÍOS Y DESAFÍOS<sup>6</sup>

El primer paso para reconstruir y reinterpretar lo que ha sucedido en tres décadas de televisión en la regiones, consiste en elaborar un estado del arte sobre la historia de la televisión en el país; por tanto, en el presente capítulo se caracterizan los principales trabajos en los que se ha intentado contar la historia de la televisión nacional y regional en Colombia. A partir de ellos se presenta un balance en el que se destaca la poca y limitada producción sobre la historia de este medio de comunicación, y la necesidad de descentrar geográfica y temáticamente los estudios sobre la televisión para de esa forma contribuir en la comprensión de las implicaciones políticas, económicas y culturales que ha tenido la televisión sobre la sociedad y realidad colombiana.

### 1.1. Historia de los medios de Comunicación

A pesar de su larga trayectoria e importancia en la vida social y política del país, son pocos los estudios que se han preocupado por analizar e interpretar desde una perspectiva histórica el impacto y trascendencia de la televisión en la sociedad colombiana. Balances sobre los estudios en comunicación muestran que la televisión es el medio más estudiado en las facultades y grupos de investigación; no obstante, los estudios históricos sobre ella no ocupan un lugar destacado (VALDERRAMA, 2010). Esta situación puede tener diferentes explicaciones: una de las razones de la baja producción y estudios sobre el desarrollo y evolución de este medio de comunicación está asociado a que la historia de la comunicación como campo de estudio es un área de reciente aparición en Colombia, y que apenas está en proceso de consolidación en Latinoamérica, por lo tanto, las investigaciones y trabajos que se han realizado no son tan numerosas como en otros campos ni tan voluminosos como en la academia norteamericana y europea (GUTIÉRREZ, 2015). Por esta misma razón, el arsenal teórico y metodológico se encuentra en construcción, y en ello participan e intervienen una variedad de disciplinas y conocimientos que hacen que la historia de la comunicación sea un campo en permanente configuración.

Generalmente lo que se ha querido entender como Historia de la Comunicación, se ha asociado principalmente a historia de los medios, la mayoría de las veces vinculado a relatos de instituciones mediáticas y personajes protagonistas en el impulso de los medios de comunicación o en sus transformaciones. También es común encontrar trabajos relacionados con los medios como fuente histórica, los medios y sus usos en la vida cotidiana, medios de comunicación y memoria histórica (VALDERRAMA, 2010).

---

<sup>6</sup> Una versión preliminar de este capítulo fue publicada en coautoría de la doctora Marialva Carlos Barbosa bajo el título "Historia de la televisión en Colombia: vacíos y desafíos" en la Revista *Comunicación y Sociedad*, 26, mayo-agosto 2016. P. 95-121. Disponible en: <http://www.revistascientificas.udg.mx/index.php/comsoc/article/view/5437/4995>

A pesar de lo anterior, desde la primera década del presente siglo, tanto en Colombia como en Latinoamérica viene creciendo el interés por los estudios históricos de la comunicación y de los medios, esto gracias al trabajo de investigadores e instituciones que vienen fortaleciendo el área de estudios y contribuyendo a su consolidación (BARBOSA, 2014; GUTIÉRREZ, 2013, 2015; VARELA, 2005). Tal es el caso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación (ALAIIC), que desde finales de la década de 1990 viene reuniendo en sus congresos a los principales investigadores de la comunicación, que entre sus Grupos Temáticos (GT) cuenta con uno dedicado a la *Historia de la Comunicación*. A través del grupo en los últimos congresos de la Asociación se han reunido una serie de trabajos que desde diferentes perspectivas y disciplinas se acercan a la relación entre historia y comunicación.

Por su parte, la recién constituida Confederación Iberoamericana de Asociaciones Científicas y Académicas de Comunicación (CONFIBERCOM) también tiene un espacio para reflexionar sobre la relación historia y comunicación; particularmente de la Historia de los Medios el cual, en el primer congreso de la Confederación que se realizó en la ciudad de Sao Pablo en agosto de 2011, contó con una numerosa participación<sup>7</sup>.

En el contexto latinoamericano vale destacar el papel que han desempeñado las asociaciones brasileras, particularmente la Sociedad Brasileira de Estudos Interdisciplinares de la Comunicación (INTERCOM), fundada en diciembre de 1977 y la Asociación Brasileira de Pesquisadores de Historia de los Medios (ALCAR). La INTERCOM a través de su Núcleo de Jornalismo desde hace varios años viene reuniendo investigadores sobre la historia del periodismo y la prensa brasileras, lo que de una u otra forma ha aportado a los estudios históricos en el resto del continente. Por su parte, desde el 2003 la ALCAR se ha constituido en el lugar de encuentro de un importante grupo de historiadores de los medios de comunicación en Brasil, en donde además de avanzar en la historia del periodismo, sus grupos temáticos abordan la historia de la publicidad, medios digitales, medios alternativos y audiovisuales.

Además de los grupos de trabajo en las asociaciones mencionadas, desde hace unos años la investigadora argentina Mirta Varela viene liderando la Constitución de la *Red de Historia de los Medios* (ReHiMe), con la que busca reunir a todos los interesados en la Historia de los

---

<sup>7</sup> Para mayor información sobre los trabajos presentados en la sesión temática de *Historia de los Medios* en el I Congreso Mundial de Comunicación Iberoamericana organizado por Confibercom, puede visitarse [http://confibercom.org/anais2011/sessao\\_07.html](http://confibercom.org/anais2011/sessao_07.html)

Medios para intercambiar información, experiencias y bibliografía en torno a este campo. Con ese propósito en el año 2011 publicó el primer número de *Cuadernos de la Red de Historia de los Medios* y organizó en Buenos Aires, el Seminario Internacional Historia de los Medios en América Latina, contribuyendo con su trabajo a la consolidación de la Historia de los Medios en el continente (<http://www.rehime.com.ar>)<sup>8</sup>.

Dentro de los medios la prensa escrita es la que cuenta con mayor visibilidad y prestigio cuando de hacer historia de los medios se trata, pues al estar asociada a la vida política de los países y al tener una existencia mucho más prolongada, el interés por rescatar la trayectoria de las empresas periodísticas ha sido mayor; en tanto, por su inmediatez y por sus rápidos desarrollos, los estudios sobre otros medios como la radio y la televisión son menores.

El desinterés por la historia de estos medios viene generando un vacío dentro de los estudios en comunicación, pues la investigación que se realiza posee un carácter presentista que evidencia la falta de conciencia histórica (BARBOSA, 2012), o lo que Raúl Fuentes denomina inmediatismo superficial (FUENTES, 2009), que desconoce las trayectorias y las implicaciones sociales, culturales y políticas que han tenido en las prácticas comunicativas de la sociedad; produciendo, la mayoría de las veces, análisis descontextualizados y ahistóricos.

Con esto no se quiere afirmar que no haya ningún tipo de producción sobre la historia de los medios colombianos; sostener esa idea sería desconocer estudios e investigaciones que han tenido una orientación histórica y que se constituyen en insumo para fortalecer esta línea de trabajo. Lo que se pretende destacar es la escasez y falta de continuidad en estos estudios, así como la necesidad de profundizar en la historia sobre los medios de comunicación en las regiones, para de esa forma no solo descentrar la mirada sobre el análisis de medios, sino ampliar la comprensión sobre los modos y maneras en la que se han desarrollado los procesos y las prácticas comunicativas en el país.

Entre los esfuerzos que ha habido por entender la historia de los medios en Colombia, cabe mencionar algunos libros y revistas publicados principalmente en los últimos quince años. En ese sentido se destaca el libro coordinado por el Museo Nacional: *Medios y nación*.

---

<sup>8</sup> Se debe resaltar la investigación conjunta que realizan Brasil y Argentina con el apoyo del CNPq y CONICET. Que bajo el liderazgo de las profesoras Mirta Varela de Argentina y Ana Paula Goulart Ribeiro de Brasil reúne a diversos investigadores para estudiar aspectos de la televisión de estos países, particularmente en lo referente a la cobertura y funciones de los medios durante los periodos dictatoriales que vivieron estas naciones. Estas investigaciones se vienen constituyendo en un aporte importante en la construcción teórica y metodológica para los estudios sobre televisión en Latinoamérica.

*Historia de los medios de comunicación en Colombia* (2003), a través del cual se compilaron las ponencias presentadas en la Cátedra de Historia *Ernesto Restrepo Tirado* en la que académicos, periodista e intelectuales presentaron trabajos sobre la prensa, radio, televisión y las funciones que estos medios han cumplido en la construcción de nación. Si bien el texto es la colección de capítulos cortos que no evidencian los marcos de referencia ni las metodologías empleadas en su elaboración (MUÑOZ, 2004), es un documento referente para entender el lugar y el papel que los medios masivos han ocupado dentro de la sociedad colombiana durante los últimos 150 años. No obstante, ante la envergadura del objetivo, ésta compilación se queda corta en muchos aspectos, entre los que cabe señalar un punto que deseamos enfatizar en esta investigación: la centralidad de la producción académica sobre la historia de los medios, es decir, la insistencia en pensar la historia de los medios en Colombia como historia de los medios nacionales afincados en la capital, desconociendo los acontecimientos, vivencias, experiencias y desarrollos en otros lugares y geografías.

Un aspecto que varios autores han resaltado sobre los trabajos acerca de la historia de los medios en Colombia es la falta de rigor teórico y metodológico (CASTELLANOS, 2001; MUÑOZ, 2004; VALDERRAMA, 2010). Esta debilidad se debe principalmente a que muchas de las reconstrucciones históricas que se han hecho sobre los medios las han elaborado personas vinculadas a las instituciones mediáticas que no tienen la intención de realizar estudios bajos parámetros académicos, sino la de rescatar acontecimientos o momentos especiales que han influido en el devenir de los medios de comunicación. Sin embargo, la historia anecdótica sobre los medios se está superando y durante los últimos años de la primera década del siglo XXI la investigación sobre ellos está adquiriendo mayor rigor y madurez. (GUTIÉRREZ, 2013)

En cuanto a publicaciones seriadas son tres las revistas nacionales que hasta la fecha han dedicado números especiales a la relación historia y comunicación. La primera que consagró una edición completa al tema fue la revista *Historia Crítica* del Departamento de Historia de la Universidad de Los Andes. En su número 28 de 2005 bajo el título *Historia de los medios de comunicación social y del periodismo en Colombia*, presentó trabajos sobre el cine nacional (URIBE, 2005), legislación de la televisión y sobre los noticieros cinematográficos (VIZCAÍNO, 2005; ACOSTA, 2005). En la presentación de este número, el historiador Fabio López de la Roche destaca que originalmente el *dossier* se pensó para conmemorar el aniversario cincuenta de la televisión en Colombia, pero ante la precariedad de los estudios históricos acerca de ella, el comité editorial decidió dar espacio a artículos sobre la historia de



los medios en general, considerando que “para el campo de estudios de la comunicación y del periodismo la apertura hacia estudios históricos no sólo resulta conveniente sino imprescindible para darle fondo y consistencia al mismo y para dotarlo de un sentido de memoria sobre los medios y sus manejos históricos”. (LÓPEZ DE LA ROCHE, 2005, p. 10)

En esa misma línea en el año 2006 la revista *Signo y Pensamiento* de la Facultad de Comunicación y lenguaje de la Pontificia Universidad Javeriana, en su número 48, presentó *Historias de la Comunicación*, una publicación en la que la dedicación ya no era exclusivamente a la historia de los medios sino a la comunicación en su concepción más amplia, ya no estaba preocupada sólo por la historia sino por las historias en plural. En este número se presentaron desde reflexiones teóricas sobre cómo investigar la historia de la comunicación (GUTIÉRREZ, 2006), hasta artículos que explicaban la llegada de la televisión nacional a algunas ciudades y regiones del país (BENAVIDES, 2006; RODRÍGUEZ, RODRÍGUEZ & SEVILLA, 2006), pasando por trabajos sobre cine, telenoticieros, el periodismo y los géneros informativos hasta las radionovelas (CASTELLANOS, 2006; TAMAYO, 2006; VALLEJO, 2006). Adicionalmente, el número 48 de la revista *Signo y Pensamiento* recibió trabajos sobre historia de los medios de otros países, particularmente de Brasil. (FREIRE, 2006; LOUZADA, 2006)

Igualmente la revista de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad de Antioquia, *Folios*, dedicó dos números consecutivos a la *Historia de los Medios de Comunicación*, pues según los editores, la convocatoria sobre el tema atrajo un elevado grupo de investigadores que hizo imposible presentar todos los trabajos en una sola edición. Por tal motivo, sus números 26 (julio-diciembre, 2011) y 27 (enero-junio, 2012), estuvieron dedicados al tema. En dichas publicaciones se compilaron trabajos de varios países; los artículos van desde la reflexión sobre los medios de comunicación y su relación con la historia (AMAYA, 2011), pasando por trabajos sobre la prensa y la telenovela en México y los vínculos entre el periodismo y los políticos durante la época del Frente Nacional en Colombia (RASHKIN, 2011; CASTELLANOS, 2011). También se presentaron artículos acerca de la prensa ideológica en la Nueva Granada, la primera mujer columnista en Colombia (PENAGOS, 2012; FLÓREZ & PÉREZ, 2012), la instalación de la red telefónica entre Bogotá y Medellín (CAMARGO, 2012), así como sobre la televisión local en Perú y su relación con la política. (DETTLEFF, 2012).

## 1.2. Historia de la televisión colombiana

En el caso de la televisión hay que apuntar que a pesar de ser el más importante medio de información y entretenimiento de los colombianos y el de mayor incidencia en la construcción de opinión pública, así como en la representación, reproducción y reconfiguración de imaginarios, dicha centralidad en la sociedad no se ha visto reflejada en los estudios históricos sobre ella; pues si bien es cierto, existe un extenso número de trabajos y publicaciones acerca de la televisión en Colombia esta cantidad de trabajos no ha derivado en la amplitud de miradas ni en la diversidad de enfoques desde las cuales es abordada, siendo escasa por ejemplo, la mirada histórica (ANZOLA & COOPER, 1985; FOX, 1978; MORALES, 1988, RESTREPO, 1990).

La televisión es el medio de comunicación sobre el que más estudios se han realizado, pero la obsesión por estudiar la televisión no se ha visto reflejada en grandes cambios en su funcionamiento ni en un abordaje más complejo sobre sus implicaciones sociales, políticas y económicas; así lo afirmó Marta Morales en su balance sobre la investigación de televisión: “A pesar del enorme volumen de material existente sobre la TV en Colombia, los estudios se repiten una y otra vez planteando los mismo problemas, propuestas y soluciones” (MORALES, 1988, p. 70). Esto se puede considerar consecuencia del Inmediatismo superficial del que habla Fuentes, pues “La condición inmediatista y superficial predomina: muchas veces, el tiempo parece no haber pasado, pues las preguntas centrales, y lo que es peor, las respuestas esenciales, aparentemente son las mismas” (2011, p. 113).

No obstante, al hacer un barrido a las publicaciones acerca de la historia de la televisión en el país es posible encontrar un significativo número de trabajos que han realizado aportes para dimensionar los impactos e implicaciones del medio audiovisual en la vida política y cotidiana nacional. En ese sentido vale la pena mencionar dos tipos de textos: unos que tienen la clara intención de elaborar o reelaborar algunos aspectos históricos de la televisión nacional, ya sea de forma general o enfocados en un aspecto particular; y otros que fueron publicados en un momento coyuntural de la televisión y que con el pasar de los años se han convertido en fuentes para comprender las trayectorias históricas de la televisión.

Dentro del primer grupo se pueden destacar aquellos que han querido contar de manera general el origen de la televisión nacional, destacando etapas, personajes y acontecimientos centrales en el nacimiento y crecimiento de la misma. En este punto cabe mencionar el trabajo de Hernando Téllez, *Veinticinco años de televisión en Colombia* (1979), el cual se considera

como el primer esfuerzo por explicar el proceso de llegada y desarrollo del medio audiovisual, caracterizando el contexto que posibilitó la llegada de la TV al país, la creación de Inravisión y el desarrollo de la televisión comercial y educativa, así como los primeros programas y programadoras. Igualmente, *Apuntes para una historia de la televisión Colombiana* (1984) de Patricio Cooper, quien al cumplirse treinta años de la primera emisión, identifica tres periodos por los que la televisión nacional ha transitado, el primero va desde 1954 hasta el primer gobierno del Frente Nacional, el segundo de 1964 fecha de creación de Inravisión hasta 1975, y el último desde 1975 hasta el año de publicación del libro, en ellos describe y analiza la tendencia privatizadora de la televisión pública en el país. Asimismo, se encuentra el trabajo de Luís Fernando Múnera *La radio y la televisión en Colombia. 63 años de historia* (1992), con el que pretendió relatar los eventos fundacionales de los dos principales medios de comunicación que desde 1929 entrarían a transformar la realidad colombiana.

Con motivo del aniversario cuarenta de la llegada de la televisión al país, el Instituto Nacional de Radio y Televisión (Inravisión) presentó el libro *Historia de una travesía: cuarenta años de la televisión en Colombia* (1994), en el que se compilaron artículos y ensayos de varios personajes vinculados al desarrollo de la televisión en Colombia así como de algunos analistas de medios. Con esta publicación la institución que manejó por más de cuatro décadas el desarrollo audiovisual del país quiso ofrecer diversas versiones y experiencias de los actores directamente involucrados en su crecimiento. Si bien la mayoría de los capítulos tienen un carácter anecdótico, este libro es una importante fuente documental para los interesados en el tema y para aquellos que desean acercarse a las particularidades de la televisión colombiana.

En esa misma línea de textos generalistas vale la pena resaltar el capítulo “La televisión en Colombia” que el investigador Germán Rey escribió para el libro *Historias de la televisión en América Latina* (OROZCO, 2002). En este capítulo el autor hace un breve pero valioso recorrido sobre características de la televisión nacional, sus inicios, el peculiar modelo de funcionamiento y los géneros audiovisuales que delinearon televisión pública nacional. Otro capítulo que merece ser rescatado, pues parece haber sido olvidado por los estudiosos de la televisión colombiana, es el publicado por Patricia Anzola y Elizabeth Fox, *Politics and Regional Televisión in Colombia* (1988) en el que para explicar las políticas que dieron paso a los canales públicos regionales, realizan una contextualización del funcionamiento de la televisión nacional desde sus orígenes.

Por su parte en 2004, la empresa *Caracol Televisión* para conmemorar los 50 años de la televisión en el país, realizó una recopilación de los momentos, personajes y acontecimientos más destacados de la televisión nacional. No obstante, al ser un libro elaborado por una institución protagonista en el desarrollo de la TV, que durante la época de la TV pública comercial fue una de las mayores programadoras y con la aprobación de la libertad de canales fue una de las dos empresas que ganó el derecho a emitir a través de su propio canal, la publicación de Caracol Televisión presenta una estructura y organización enfocada en resaltar y describir superficialmente nombres de actores, programas y géneros más que en analizar los impactos que el medio ha ocasionado en las audiencias y al país; a pesar de ello, es una guía útil para identificar etapas, caracterizar coyunturas y personajes clave.

En el 2015 el investigador Juan Carlos Garzón publicó el libro *Televisión y Estado en Colombia 1954-2014*, en el que hace un recorrido por las formas de intervención del Estado en el control y manejo de la TV nacional, el autor caracteriza cuatro momentos que definió como: “decretar televisión”, “legislar televisión”, “constitucionalizar televisión”, “re-gubernamentalizar televisión”, cada uno de ellos definido a partir de la forma en que se establecieron las normas y reglamentaciones sobre el funcionamiento de la televisión colombiana durante sus primeros 60 años.

Dentro de este grupo también se pueden destacar algunos libros y artículos derivados de investigación dedicadas a aspectos particulares de la televisión, que sin querer relatar ni explicar la historia general realizan contribuciones importantes sobre puntos específicos del desarrollo de la televisión colombiana; tal es el caso de los libros *Punch, una experiencia en televisión* (RONDEROS, 1991), *Los falsos dilemas de nuestra televisión: Una mirada tras la pantalla* (VIZCAÍNO, 1992) y *Universidad y medios masivos: del estado de bienestar al mercado* (VIZCAÍNO, 2006). En el primero de ellos se elabora la trayectoria de una de las principales empresas programadoras de la televisión nacional, y en los otros dos se presenta una mirada sobre el desarrollo de la televisión pública y su orientación educativa.

Un punto común a los trabajos mencionados hasta aquí es la concepción lineal de la historia, pues en todos ellos se demarcan puntualmente etapas y momentos de ruptura que le dan sentido a la linealidad a partir de la cual se reconstruye la historia de la televisión colombiana.

En cuanto al número de artículos y ponencias relacionados con la historia de la televisión en Colombia se encontró producción proveniente de diferentes áreas y con

enfoques; trabajos que desde la ingeniería explican el paso de la televisión en blanco y negro a la de colores y los intereses y conflictos que hubo detrás de esta decisión que usualmente se explica de forma línea y sencilla (CAMARGO & GARCÍA, 2011). Publicaciones sobre la historia de los principales géneros de la televisión pública, como el melodrama (RODRÍGUEZ & TÉLLEZ, 1989; MARTÍN-BARBERO & REY, 1999) y los telenoticieros (CARRILLO & MONTAÑA, 2006; LÓPEZ DE LA ROCHE, 2010, 2012). Reflexiones sobre las audiencias y las experiencias de la llegada de la televisión a la vida cotidiana en algunas regiones (BENAVIDES, 2006; RODRÍGUEZ, RODRÍGUEZ & SEVILLA, 2006; 2008; LONDOÑO, 2012). Además de trabajos sobre las políticas en el manejo y control del medio audiovisual (VIZCAÍNO, 2005); el proyecto educativo y cultural detrás del nacimiento de la televisión nacional durante el gobierno de Rojas Pinilla (RAMÍREZ, 2001; URIBE, 2005) y balances historiográficos (ZAPATA & OSPINA, 2005).

Por otra parte, merecen atención una serie de documentos que si bien no tienen como objetivo realizar una reconstrucción sistemática de la historia del medio, presentan informaciones y datos fundamentales para acercarse a sus particularidades ya que hablan y explican la televisión nacional en una época particular, y con el paso del tiempo se han transformado en documentos históricos claves para entender sus características.

Aquí es importante comenzar con el libro *Lo público es privado: un análisis de la televisión Colombiana* (1979) escrito como tesis doctoral por Azriel Bibliowicz que se ha convertido en referente para entender el modelo y funcionamiento de la televisión colombiana durante la década de 1970, haciendo énfasis en el proceso licitatorio para la entrega de espacios en las cadenas nacionales.

Se debe mencionar que las primeras reflexiones académicas sobre el medio audiovisual se hacen visibles en la década de 1980, anterior a ella solo es posible encontrar artículos de opinión en periódicos y revistas. Dentro de esta lista es pertinente nombrar los trabajos de Gustavo Castro Caycedo durante la década de 1980, pues desde su cargo como analista de medios y posteriormente como director de Inravisión, ocupó un puesto privilegiado dentro del manejo de la televisión en Colombia (CASTRO CAYCEDO, 1980; 1981; 1988). En sus publicaciones Castro Caycedo analiza el papel y las funciones que cumple y debería cumplir la televisión de servicio público, enfatizando en los aspectos legales, en las licitaciones para la adjudicación de programación y en la televisión infantil, entre otros.

Esta década es un periodo de constantes y fuertes debates sobre la televisión nacional en la que intervienen diferentes sectores sociales; por lo tanto, vale mencionar los libros *Juicio a la televisión colombiana* (DE LA TORRE, 1985), *¿Hacia dónde va la televisión en Colombia?* (CIRCULO DE PERIODISTA DE BOGOTÁ, 1986) y *Televisión y Violencia* (VV. AA. 1988) en el que una serie de personajes del medio y de la vida política discuten puntos sensibles sobre la televisión, particularmente el manejo político del medio, la incidencia de la publicidad en la programación, la legislación vigente y la violencia.

El corpus expuesto hasta aquí representa la producción sobre la historia de la televisión en Colombia, para algunos investigadores puede parecer poco, para otros no tanto, todo depende de cómo se mire y analice. Si se analiza desde el punto de vista cuantitativo no cabe duda que el balance es pobre, ya que por la centralidad del medio y por sus seis décadas de existencia se esperaría una mayor reflexión sobre sus trayectorias e impactos; sin embargo, se considera que la historia de la televisión no puede ser analizada exclusivamente a partir de la cantidad de libros, capítulos o artículos; el análisis meramente cuantitativo no permite conocer los aportes que han hecho esos estudios ni los vacíos que hay en el área. Para hacer un balance riguroso sobre la investigación histórica de la televisión colombiana es necesario acercarse a los temas y enfoques desde las cuales han sido analizadas. Por eso en la lectura que se hace de los estudios que han abordado la televisión desde la perspectiva histórica se destaca la ausencia de una reflexión compleja y sistemática sobre ella, además de una reiteración en señalar fechas y establecer periodizaciones a partir de los mismos momentos: la inauguración, la implementación del sistema mixto, la creación de Inravisión y la llegada de la TV a color, además de hacer referencia a los eventos y personajes una y otra vez: el general Rojas Pinilla, Fernando Gómez Agudelo<sup>9</sup>, Fernando González Pacheco, Gloria Valencia de Castaño<sup>10</sup>, Teletigre<sup>11</sup>, entre otros, que sin duda han posibilitado relatar parte del pasado del medio, pero

---

<sup>9</sup> El General Gustavo Rojas Pinilla fue el presidente (1953-1957) que introdujo la Televisión a Colombia, la cual inauguró el 13 de junio de 1954 para la celebración de su primer año de Mandato. Fernando Gómez Agudelo fue un abogado a quien Rojas Pinilla delegó la función de poner en marcha la televisión en el país, Agudelo estuvo en la dirección de la Televisora Nacional hasta 1957 cuando acaba el gobierno de Rojas Pinilla, en su reemplazo es nombrado Fernando Restrepo. Una vez salieron de la dirección Restrepo y Agudelo se asociaron y en 1957 crearon *RTI* una programadora privada que entraría a licitar con el Estado para la elaboración de la programación en los canales públicos comerciales, constituyéndose durante varias décadas como la programadora más grande del país. Desde su posición de presidente de *RTI* Fernando Gómez Agudelo fue un gran opositor de la Televisión Pública Regional.

<sup>10</sup> Fernando González Pacheco y Gloria Valencia de Castaño fueron dos presentadores de la televisión colombiana, ambos trabajaron en un sin número de proyectos que con el pasar de los años los convirtieron en destacados personajes de la televisión nacional.

<sup>11</sup> Teletigre fue el nombre del Canal 9, un canal local privado de Bogotá que entre 1965 y 1970 el Estado entregó en Concesión a Consuelo Salgar de Montejo quien se asoció con la ABC norteamericana para organizar la parrilla de programación. Ante la presión de las programadoras privadas el Estado no renovó la licencia de

que caen en la repetición y limitan la renovación de la reflexión e impiden explorar nuevos temas y asuntos sobre el amplio y complejo mundo de la televisión.

Otro balance que se puede hacer de las publicaciones observadas es que la mayoría de los textos tienen una orientación descriptiva, en detrimento de perspectivas analíticas e interpretativas que complejicen y profundicen la historia y particularidades de la TV en Colombia, esto es, textos que superen la narración lineal de hechos y momentos y avancen hacia una historia crítica en la que se reinterprete y resignifique las seis décadas de historia de este importante medio de comunicación.

Como se sabe la TV puede ser estudiada a partir de aspectos tecnológicos, políticos, culturales, industriales, jurídicos, estéticos; o desde las agendas, lenguajes, discursos y narrativas; por la programación y contenidos, sean periodísticos o de opinión, educativos, de entretenimiento o deportivos; hasta por la afiliación institucional y cobertura: pública, privada, regional, local, comunitaria. El balance realizado permite evidenciar que muchos de estos aspectos siguen sin ser foco de interés entre quienes hacen historia de la televisión en Colombia. Por ejemplo, hacen falta análisis profundos sobre los aspectos tecnológicos y las discusiones en torno a ellos, o reflexiones acerca de la industria de la televisión y los procesos de privatización.

En un trabajo reciente sobre el tipo de investigaciones que se han realizado en torno a la TV en Brasil, el investigador Igor Sacramento (2013) caracterizó ocho abordajes: crítico, político, economicista, lingüista, estético, culturalista, tecnológico e histórico; abordajes que trasladados a los estudios sobre la televisión colombiana es posible identificar que muchos de ellos no han sido trabajados, con excepción del culturalista, el cual ha tenido un amplio despliegue en Colombia, gracias principalmente a la influencia de Jesús Martín Barbero.

Pese a ello, se quiere resaltar que los trabajos reseñados permiten identificar aspectos, etapas, personajes y momentos esenciales en la historia de la televisión en Colombia, a partir de los cuales es posible continuar trabajando y profundizando en la descripción, caracterización e interpretación de lo que han significado seis décadas del medio masivo en la vida cotidiana.

---

funcionamiento a Teletigre y montó un nuevo canal público, conocido entonces como la *Segunda Cadena*, luego como *Canal A* y en la actualidad es el *Canal Institucional*. Teletigre fue el primer intento de privatización de la televisión colombiana.

### 1.3. Historia de la televisión en las regiones

Como ocurre con gran parte de la producción académica en el país, la mayoría de investigaciones en comunicación se realiza en la ciudad de Bogotá, situación que puede tener diferentes explicaciones pero que sin duda ha generado una concentración no sólo geográfica sino temática que va en detrimento de la comprensión de los fenómenos comunicativos. En el caso de la historia de la televisión y los medios esto se evidencia en la escasa y aislada producción, no solo sobre la historia de los medios regionales sino acerca de la historia de los medios en las regiones, esto es: sobre el uso, impacto e influencia de los diferentes medios en las áreas urbanas y rurales fuera de la capital de la república.

Esta característica ha tenido como consecuencia que los medios regionales no sean foco de los análisis de los investigadores ni formen parte de los trabajos que hasta la fecha se han realizado sobre la historias de los medios de comunicación; es decir, son escasas las investigaciones que abordan la prensa, la radio y/o la televisión regional desde una perspectiva histórica, por ello:

el conocimiento sobre la historia de los medios regionales, además de escaso y con serias deficiencias en tanto saber histórico o de diseño metodológico, no ha pasado del recuento cronológico y anecdótico de la gesta de unos “héroes” que lideraron periódicos y radios en la provincia. (VALDERRAMA, 2009, p. 271)

En ese sentido la reflexión sobre la televisión regional ha sido muy poca y lo que se ha producido en torno a ella se ha caracterizado por ser más de tipo periodístico que como resultado de investigación<sup>12</sup>. En consecuencia, la producción editorial sobre estos canales o de trabajos que analicen globalmente su situación es muy débil, salvo algunos artículos y documentos elaborados por funcionarios vinculados a estas empresas televisivas o por entidades estatales asociadas a su regulación y control (ABELLO, 1994; COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN, 1998a, 1998b; DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN, 2005).

Los trabajos regionales con perspectiva histórica son muy pocos, lo cual se asocia con que estos canales aún son jóvenes, pues el primero de ellos, *Teleantioquia* (1985) recientemente cumplió treinta años, mientras que otros apenas entraron al aire en la década de

---

<sup>12</sup> En cada una de las regiones que cuenta con canal público es relativamente fácil encontrar un sin número de artículos de opinión publicados en los periódicos locales sobre el funcionamiento, la programación y otros asuntos relativos a la televisión. El número y la intensidad de las publicaciones aumenta o disminuye de acuerdo a las coyunturas políticas.



1990: *Telecafé* (1992), *Canal Capital* (1997), *Televisión Regional de Oriente* (1997), quizá por ello el interés histórico aún no esté presente. Otra particularidad de la producción sobre medios regionales es precisamente su arraigo geográfico; o sea, estudios centrados en una región, sin intentar comprender las relaciones e intercambios con medios nacionales o de otros departamentos que posibiliten entender las semejanzas y diferencias en el crecimiento y desarrollo de los medios de comunicación regionales.

Por ende los trabajos que aborden lo regional de forma interconectada y/o comparativa son pocos, rescatándose el trabajo patrocinado hace casi dos décadas por la Fundación Konrad Adenauer en asocio con cinco universidades del país sobre *¿Participación social en los medios masivos? Canales regionales y sociedades urbanas* (DAZA, 1998), que sin tener las pretensiones de un trabajo histórico, realiza una breve reconstrucción de la historia de los canales estudiados. No obstante, el énfasis de la investigación está puesto en cómo los medios regionales han contribuido a la participación social en las regiones y a la democratización de la información en el país.

En esa línea de trabajos que buscan estudiar la televisión de las regiones de una manera amplia, también se puede resaltar el artículo *Breve Historia de la televisión regional en Colombia* (GARCÍA, 2012) publicado en la Revista Latinoamericana de Ciencia de la Comunicación, y el publicado por Ana Patricia García, en la revista virtual *Luciernága*. En este último, la comunicadora vinculada al canal *Teleantioquia* por más de dos décadas, presenta el artículo titulado *Televisión en Colombia: Surgimiento de los canales regionales* (2012) en el que hace un repaso sobre algunos aspectos de la aparición de la televisión en las regiones. Estos dos trabajos intentan mapear la llegada de la televisión a las regiones, destacando su impacto cultural y algunas características de su funcionamiento; sin embargo, aún es necesario profundizar en la trascendencia de su aparición y en los aspectos económicos, sociales y políticos a partir de los cuales tuvieron origen.

A pesar del panorama descrito hasta aquí, sería un error afirmar que no existen trabajos dedicados a algunos aspectos de los canales de televisión regionales. Aunque no son muy numerosos ni visibles, en cada una de las regiones que cuenta con un canal propio, es posible encontrar ensayos e investigaciones que ayudan a comprender su trayectoria y desarrollo<sup>13</sup>.

---

<sup>13</sup> La revisión presentada corresponde a la producción sobre los primeros tres canales regionales en entrar en funcionamiento y que conforman el corpus de la investigación: *Teleantioquia* (1985), *Telecaribe* (1986) y

En lo referente al canal regional *Teleantioquia* que fue el primero en entrar en funcionamiento, sorprende la escasez de investigaciones sobre este canal. Al igual que ocurre con *Telecaribe*, existe un libro de reciente publicación en el que, desde la institución, se realiza una reconstrucción de los 25 años de historia del canal (MEJÍA, 2010). Llama la atención el bajo número de trabajos sobre *Teleantioquia* dado que además de ser el primer canal regional del país, pertenece a un departamento con una marcada trayectoria en la reafirmación cultural y política frente al resto de la nación, pero hasta ahora parece que su canal no ha sido objeto de análisis en ese campo.

Por su parte, en la región Caribe donde desde 1986 funciona *Telecaribe* los trabajos de reflexión que se han realizado sobre el canal tienen dos características fundamentales. La primera de ellas es que la mayor parte de los documentos han sido elaborados por personas vinculadas a la institución televisiva; es decir, por periodista y/o funcionarios que de algún modo han estado vinculados con el canal, tal es el caso de los trabajos de Eugenio Merlano (1998), Patricia Iriarte (2005), José Jorge Dangond (2006) y Ernesto McCausland (2006).

La segunda característica es que todos los trabajos han sido elaborados en Barranquilla; esto a pesar que el canal tiene como área de cobertura siete departamentos del Caribe. Situación que se destaca en un estudio de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Sergio Arboleda de Santa Marta (GARCÍA & HERRERA, 2011), donde se llama la atención sobre la centralidad en el manejo de este canal y la invisibilidad de las realidades del resto de departamentos.

En la parte suroccidental del país; es decir, en la región que se conoce como Pacífica, que congrega los departamentos de Chocó, Valle del Cauca, Cauca y Nariño, desde 1988 funciona *Telepacífico*, el cual durante sus primeros 26 años ha intentado satisfacer las necesidades de entretenimiento e información de sus habitantes. La reflexión intelectual sobre el canal es baja, no existen muchos trabajos que aborden desde lo social, cultural, económico y/o lo político, la producción o la recepción del canal regional, así como el funcionamiento o el impacto que este ha tenido en la región.

Sin embargo, entre las publicaciones encontradas cabe destacar las investigaciones que desde la Universidad Autónoma de Occidente ha liderado el investigador Solón Calero, en las que se ha preocupado por cartografiar las prácticas y los usos de la televisión en la ciudad de

Cali. Destacando algunos momentos históricos el autor en colaboración con otros investigadores ha estudiado el contexto social y político que hizo posible la consolidación del canal regional en la ciudad de Cali (CALERO, 2005; CALERO & PAZ, 2008).

En una línea diferente pero quizás cercana a la preocupación por la historia de los medios, investigadores de la Pontificia Universidad Javeriana de Cali vienen adelantando estudios en torno a la llegada de la televisión a la ciudad y los usos y experiencias que tuvieron los habitantes con esta nueva tecnología (RODRÍGUEZ, RODRÍGUEZ & SEVILLA, 2006; RODRÍGUEZ, RODRÍGUEZ & SEVILLA, 2008). A partir de la revisión de información publicada en los periódicos locales, y en entrevistas a personas que vivieron la llegada del medio audiovisual a mediados de los años cincuenta del siglo pasado, los investigadores han querido contribuir al desarrollo de una historia social de los medios de comunicación en Colombia; y si bien hasta la fecha se han preocupado por analizar la llegada de la televisión pública nacional y no de la regional, la contribución de sus trabajos es valiosa para comprender el papel que ha desempeñado este medio masivo en esta región del país.

No cabe duda que los aniversarios y conmemoraciones siempre han motivado la elaboración de las “historias”, por ello es común encontrar publicaciones sobre los 25, 40 o 50 años de cualquier medio de comunicación, muchos de ellos realizados por encargo (MÚNERA, 1992; INRAVISIÓN 1994; CARACOL TELEVISIÓN, 2004; MCCAUSLAND, 2006; MEJÍA, 2010); sin embargo, la propuesta del presente texto no busca simplemente celebrar o conmemorar una fecha o evento en particular, sino más bien contribuir a la comprensión de la televisión en Colombia y las funciones que este importante medio de comunicación ha desempeñado en la configuración social y cultural de la nación.

Esta revisión sobre la producción bibliográfica en torno a la historia de la televisión en Colombia, se convierte en el lugar de partida de la investigación, pues permite identificar los puntos ciegos que hay sobre esta área de estudio, en donde uno de los principales aspectos a trabajar sigue siendo reconstruir las historias de lo que ha sido la llegada de la televisión a las regiones y lo que éstas han hecho con la televisión. La mirada sobre los trabajos históricos se hace reconociendo su valor, ya que sin ellos no se podría avanzar en una historia de la TV colombiana, pues en ellos se encuentran registrados datos, fechas, personajes y acontecimientos que contribuyen a mapear seis décadas de televisión nacional y treinta años de TV en las regiones.

Pero antes de profundizar en las discusiones sobre los canales regionales, se describirá la configuración histórica, social y política de las regiones foco de interés, esto con el objetivo de contextualizar las condiciones en las que se da la pelea por la televisión regional en Colombia.

## II. NACIÓN, REGIÓN Y TELEVISIÓN<sup>14</sup>

El derecho a producir su propia televisión que en 1984 ganaron las regiones, fue el resultado de una prolongada lucha frente a un Estado con una rígida estructura centralista que en muchos aspectos negaba y limitaba la participación de los departamentos y regiones en la toma de decisiones sobre sus realidades y problemáticas. Por tal motivo, para entender el nacimiento de la televisión pública regional es necesario acercarse a la relación entre la nación y las regiones; una relación de larga trayectoria, pero sin la cual es imposible comprender la forma en la que se pensó la administración de los medios públicos ni la disputa que debieron enfrentar las regiones para participar en la producción de televisión, un espacio clave para las representaciones, identidades y culturas regionales.

Por tal motivo, el propósito de este capítulo es hacer un recorrido por las características que configuraron la Constitución de ambas entidades, conociendo las trayectorias, historias, actores y procesos que han condicionado y delineado la relación de las regiones con la nación, haciendo énfasis en las regiones de los canales analizados. Igualmente se contextualizará la aparición de la televisión denominada nacional y los propósitos con los que este medio de comunicación llegó al país en 1954.

### 2.1. La invención de la nación

Los Estados-nación son un proyecto moderno que tuvo origen en Europa entre los siglos XVIII y XIX con el debilitamiento y desaparición de las monarquías absolutas. El modelo de Estado nacional llegó a los países latinoamericanos que estaban luchando por su independencia de los poderes coloniales a través de los intelectuales criollos<sup>15</sup> educados en el antiguo continente; por tal motivo, a medida que los países de América Latina se independizaban, las elites que asumían el poder y control tenía como objetivo construir estados nacionales siguiendo el modelo europeo.

En ese sentido, los criollos colombianos que lideraron el proceso de independencia no podían pensar la nación, más allá de la idea civilizatoria europea, de ahí que la tarea de los recién creados Estados nacionales era principalmente desarrollar estrategias de unificación, delimitación geográfica y simbólica que establecieran diferencias al interior y exterior de la nación, promoviendo la uniformidad y creencia de una historia común compartida para todos sus habitantes, lo que Benedict Anderson llamó comunidad imaginada (ANDERSON, 2007).

---

<sup>14</sup> El presente capítulo contiene ideas desarrolladas por el autor en algunos trabajos previos: GARCÍA, Diego. **Realidad regional: una versión televisiva**. 2010. Disertación (Maestría en Comunicación). Facultad de Comunicación y Lenguaje, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, 2010.

GARCÍA, Diego. Reproducción y reconfiguración de las identidades y los imaginarios regionales a través de la televisión en Colombia. In: **Cuestiones Universitarias**, Año 1, (1), 2011. P. 76-91.

<sup>15</sup> Criollo se denominaban a los hijos de europeos nacidos en la América colonial; es decir, eran americanos con ascendencia europea, lo cual los diferenciaban de los indígenas nativos. Vale resaltar que en el Brasil el término tiene una acepción diferente, pues *criollo* hace referencia a personas negras o mestizas y no a blancos como se usó en América hispánica.

En el caso colombiano esa responsabilidad fue asumida naturalmente por los líderes y héroes de las luchas de independencia, quienes intentaron modificar el orden social, económico y político colonial, para reacomodarlo y organizarlo en su favor.

Durante el siglo XIX colombiano el proyecto de nación estuvo a cargo de unas elites que propusieron un país desde su visión ilustrada heredada de Europa. En aquel proyecto civilizatorio (ROJAS, 2001), los ilustrados y los letrados, jugaron un papel fundamental, pues fueron quienes se imaginaron la nación, quienes desde las Leyes, los manuales, la educación y otras instituciones, normalizaron y unificaron el Ser nacional, estableciendo jerarquías y diferencias al interior del país; en palabras del historiador Alfonso Múnera

Esos letrados ejercieron una influencia decisiva en la forma como los colombianos aprendieron a mirarse a sí mismos, y a su nación como un conjunto. Las imágenes sobre sus regiones y sus pobladores, la valoración de sus geografías y de sus razas, luego popularizadas en forma de estereotipos, se originaron, muchas veces en las elaboraciones y reflexiones de los intelectuales criollos del XIX. (MÚNERA, 2005, p. 22)

De esa forma se racializaron y territorializaron identidades y capacidades, vinculando rasgos específicos a las razas y geografías, igualmente se suprimieron, excluyeron y marginalizaron historias y culturas, se legitimaron poderes e impusieron discursos.

En las ideas del siglo XIX muchas minorías étnicas y culturales fueron excluidas y negadas como colectividades capaces de participar en la construcción de la nación, por eso:

la pobre y vaga idea de nación que tenemos hoy, junto con su proporcional o consecuente innovación de un centro omnímodo, se deba en buena parte a que los intelectuales civiles del siglo XIX no contribuyeron, como máximos productores y reguladores de símbolos, a construir a partir de la sumatoria de diversidades regionales una nación moderna. (LOAIZA, 2000, p. 134)

Luego de las batallas de independencia del gobierno Español, se estableció lo que se conoció como la Gran Colombia, conformada por las antiguas colonias del Virreinato de la Nueva Granada, la Capitanía General de Venezuela y la Presidencia de Quito. Sin embargo, debido a marcadas diferencias entre ellas, a los intereses y discrepancias que había en torno a diversos temas, la Gran Colombia se dividió prontamente, dando paso a los Estados independientes que conocemos en la actualidad: Colombia, Ecuador y Venezuela.

Lo que quedaría constituido como República de la Nueva Granada, hoy Colombia, también poseía marcadas divisiones territoriales, culturales y políticas, pues dentro de ella existían ciudades autónomas que durante la Colonia se habían afianzado como centros económicos y de poder que no harían sencilla la tarea de unificación del Estado o de la

imposición de una nación respetada y aceptada por todos. A lo largo de la época de gobierno español, ciudades como Cartagena, Popayán, Tunja, entre otras, rivalizarían entre sí y con Bogotá; por tanto, antes de la lucha de independencia no existía una unidad territorial, pues:

la fragmentada geografía del Nuevo Reino, la ausencia de buenas comunicaciones y la pobreza general de su comercio habían producido economías y culturas regionales muy distintas y nada complementarias. [...]. Y había que rastrear también esa historia colonial de enfrentamientos regionales por el poder y de celos obsesivos por las autonomías para comprender cabalmente lo que estaba en juego en las disputas que estallarían con fuerza en 1809. (MÚNERA, 2008, p. 25)

Esto quiere decir que las disputas regionales que se dan durante la época republicana, fueron heredadas del periodo colonial durante el cual no fue posible imponer un centro único de poder para todo el territorio. Por estos motivos, luego de las batallas independentistas la lucha por fundar un centro de poder nacional no fue sencilla, a lo cual se debe agregar que en las diferentes zonas del país, múltiples ciudades se disputaron el control del poder político y económico regional (PALACIOS Y SAFFORD, 2002).

Por las razones mencionadas, es que paralelamente al establecimiento y construcción de la nación, hay que distinguir los procesos de construcción de las regiones, ya que el territorio demarcado como Colombia presentaba características geográficas que estimulaban la fragmentación y delimitación de las historias y culturas. En este punto vale recordar que sólo hasta mediados del siglo XX el país comenzaría a alcanzar un desarrollo aceptable en vías de comunicación terrestre, conformado por algunas líneas ferroviarias y carreteras que comunicaban las principales ciudades con puertos y rutas fluviales que permitieron la entrada y salida de mercancías y pasajeros, antes de eso, el transporte entre regiones se realizaba a lomo de mula<sup>16</sup>; razón por la cual “las evidentes diferencias geográficas, la precariedad de las comunicaciones, el relativo aislamiento de cada una, alimentaron la idea de particularidad regional y el resentimiento contra un centro que las desconocida” (JIMENO, 1994, p. 69).

Las limitaciones geográficas y de comunicación, al igual que la capacidad autoabastecedora que tenían las regiones, llevó a que cada una se formara e hiciera fuerte en torno a unas características y particularidades sin entablar vínculos sólidos y permanentes con las demás (JIMÉNEZ & SIDERI, 1985). De igual forma, con la aparición de los partidos

---

<sup>16</sup> La mula es un animal que resulta del cruce de burro con yegua. Desde épocas coloniales se usó como animal de carga por su docilidad, fuerza física y adaptación a terrenos difíciles; prácticamente a lomo de mula se transportaba todo tipo de mercancía, desde muebles, materiales de construcción, hasta cacao, café y de más productos agrícolas. Con el auge del Narcotráfico en los años 80 y 90 mula se denominó también a aquellas personas que viajaban entre Colombia y Estados Unidos o Europa con capsulas de cocaína en su cuerpo.

políticos Conservador y Liberal, los intereses y afiliación a ellos se iría zonificando, lo que habría posibilitado hablar de regiones liberales y conservadoras (PINZÓN DE LEWIN, 1989).

Las dificultades para unificar un territorio fragmentado física y culturalmente condicionaron el desarrollo de la nación colombiana, pues durante el siglo XIX la elite criolla se dividió entre aquellos que deseaban un Estado Centralizado y los que abogaban por un país Federalizado; por tanto, durante la segunda mitad del siglo XIX los centralistas y federalistas se disputaron el poder, y a través de las Constituciones Políticas buscaron imponer su visión de país; pero:

la pugna posterior entre centralistas y federalistas no fue más que el disfraz ideológico detrás del cual continuaba, ahora por otros medios, la vieja lucha colonial: la lucha de la élites regionales por consolidar su autonomía y su control sobre provincias, en franca oposición con la vieja tendencia a construir un gobierno central en los Andes orientales. (MÚNERA, 2008, p. 178)

Inicialmente los federalistas lograron una supremacía, por eso tendrían su mejor expresión en las constituciones de 1853 y 1863, “la primera de las cuales permitió y la segunda consagró el federalismo, redujeron al mínimo el poder ejecutivo y establecieron formas de representación por elecciones permanentes y la supremacía del parlamento” (TIRADO, 1978, p. 112). El país se dividió en Estados soberanos con autonomía para formular sus propias Leyes.

Estas constituciones otorgaron mayor autonomía a las regiones y limitaron los poderes presidenciales, agudizando el fraccionamiento de la nación, la distancia entre las regiones y un sinnúmero de guerras civiles.

Esto evidenciaba el fracaso del proyecto de unificación del Estado nacional y mostraba que durante el siglo XIX las regiones eran un fuerte nicho de identificación; es decir, que para la época las personas sentían mayor apego y lealtad hacia ésta entidad que hacia la nación.

Las enormes dificultades para el intercambio entre las regiones y la ausencia de una economía que lo estimulara trajeron como consecuencia que los hombres que habitaban en una región nacieran, vivieran y murieran sin salir de ella, y que por tanto su única referencia concreta del poder fuese la gran ciudad instalada frente a ellos. Ella terminaba siendo el objeto de sus más profundas lealtades y la imagen de su identidad. (MÚNERA, 2008, p. 67)

En ese sentido se puede decir que las regiones, como lugar conocido poseían una historia mucho más larga y profunda que la nación, pues recordemos que esta última fue inventada el siglo XIX, mientras que muchas regiones existían como entramados geográficos,



culturales y sociales desde antes de la colonia (PALACIOS y SAFFORD, 2002). Sin embargo, al igual que la nación, las regiones tienen un carácter inventado, o sea, no son entidades naturales que posean una esencia que las hace ser como son, sino que al interior de ellas se han dado procesos históricos y sociales que han demarcado sus especificidades y singularidades.

Pero el federalismo no tendría una vida prolongada en el país, ya que en 1886 se redactaría una nueva Constitución, la cual tendría una orientación conservadora que abogó por el centralismo y coerción de los poderes regionales “Los estados soberanos quedaron convertidos en departamentos, con gobernadores nombrados por el presidente de la república, quienes a su turno designaban a los alcaldes” (PALACIOS, 2003, p. 57).

Junto a la nueva carta magna se inicia lo que se conoció como La Regeneración, liderada e impulsada por Rafael Núñez, que tenía como propósito ordenar al país y acabar con las guerras civiles que lo habían azotado a lo largo de la segunda mitad del siglo XIX. Durante ese mismo periodo se iniciaría la Hegemonía Conservadora, un periodo durante el que la Presidencia del país estuvo en manos del partido Conservador hasta 1930, cuando el partido Liberal volvió a ganar unas elecciones a través de Enrique Olaya Herrera.

La Constitución de 1886 quiso unificar al país y por fin construir esa comunidad imaginada que todos sus habitantes aceptaran y reconocieran, pero realmente “las “naciones imaginadas” fueron más de una. El proyecto de nación de las élites del Caribe poco tenía en común con el de las élites andinas de Santa Fe” (MÚNERA, 2008, p. 228). Bajo los postulados conservadores de la Constitución de 1886, Colombia vivió un proceso que centralizó todos los poderes en la Capital de la República, consolidando a Bogotá como la ciudad más importante del país, como lo explica Fabio Zambrano:

la escogencia del cachaco y de Bogotá, proclamada la Atenas Suramericana, como paradigmas civilizatorio fue un fracasado intento del partido conservador de construir un mito integrador fundador de la nación colombiana sobre el supuesto de que el clima frío aseguraba al altiplano la condición de centro geográfico civilizado, frente a una tierra caliente de naturaleza bárbara. (ZAMBRANO, 2003, p. 117)

El proyecto político de imponer la homogeneidad cultural en Colombia sucedía mientras las ciudades y regiones perdían protagonismo en la vida nacional, quizá a ello se deba que:

los colombianos no inventaron una nación en el siglo XIX. El país estaba profundamente dividido por razones raciales, regionales, de género e

identidades de clase que impidieron la formación de una identidad política. La búsqueda de diferencias y distinciones fue más poderosa que la necesidad de promover la unidad y el interés general. (ROJAS, 2001, p. 315)

Por esas razones, las regiones en Colombia tuvieron un desarrollo aislado y desigual, el cual estaba estrechamente relacionado con los vínculos que tuviera cada región con el mercado internacional y a las fluctuaciones de los precios de los productos exportados. El mercado nacional nunca logró solidificarse, debido principalmente a la dificultad en los transportes. La movilidad humana al interior del país también fue escasa, por lo que los vínculos entre las regiones fueron limitados durante el siglo XIX y parte del XX.

En el proyecto de nación colombiano se borró lo regional con la idea de proponer un país homogéneo y sin diferencias en su interior; por tanto, las regiones quedaron fuera de la configuración de lo nacional. Esta situación generó un sentimiento de recelo de las regiones hacía Bogotá, pues en las representaciones que desde el centro se hacía de las regiones estaban cargadas de estereotipos y caricaturizaciones.

La insularidad de las regiones y su negación desde el centro, posibilitó que cada una llevara procesos diferentes y que la unidad de la nación no fuera más que una impostura desde la capital del país, que relegó las regiones a un papel secundario en la construcción de nación. “El centralismo de la Constitución de 1886, con todo lo formal y ficticio, causaba resentimientos en provincia. La geografía y las tradiciones locales daban cierto sentido de autonomía federalista a los notables locales y a las élites económicas” (PALACIOS, 2003, p. 65). Por eso a pesar del aislamiento al que fueron sometidas las regiones por el proyecto de unificación y centralización de la nación, no se puede afirmar que las regiones se hayan debilitado en su aspecto sociocultural, y aunque su participación en el ámbito nacional fue limitada, ellas continuaban reproduciéndose y reafirmandose como referentes de identidad.

Las regiones a través de expresiones culturales como la música, el baile, artesanías, fiestas, el humor, la gastronomía, literatura, los trajes, etc., hacían circular un rico y complejo repertorio simbólico que hablaba de lo que ellas eran, de aquello que las hacía particular y diferente frente a otras regiones y frente al excluyente y autoritario centro. Por eso, sí durante algunas décadas del siglo XIX la región tuvo su máxima expresión en el federalismo, durante el centralismo de finales de ese mismo siglo y principios del XX, aunque perdió participación en lo nacional, no perdió su riqueza ni su papel como entidad cultural.

## 2.2. Las regiones dentro de la nación

La región no es un concepto con una definición única y estable, pues este “se emplea según las necesidades analíticas, políticas o literarias. Cada cual es capaz de regionalizar un país por esquemas específicos” (FALS BORDA, 1996, p. 28). Por ello una región puede ser definida de múltiples formas y desde distintos lugares e intereses que delimitan su significado, “como todo territorio, la región no constituye un dato a priori, sino un constructo resultante de la intervención de poderes económicos, políticos o culturales del presente o del pasado” (GIMÉNEZ, 2000, p. 109).

Especialistas han señalado que uno de los inconvenientes más frecuentes a la hora de estudiar las regiones ha sido analizarlas fuera de los marcos históricos que la condicionan, entendiéndola de forma a-histórica; es decir, acercarse a ella como una entidad natural que siempre ha estado ahí. Anssi Paasi en su documento *Re-constructing regions and regional identity* (2000) plantea dos problemas encontrados entre quienes estudian las regiones: primero, entender las regiones como marcos no-históricos, en los cuales varios fenómenos sociales y culturales están organizados. Segundo, Reducir las regiones a categorías puramente mentales que el investigador crea con base en sus necesidades de clasificación o en su objeto de investigación (PAASI, 2000).

Las regiones no siempre son comprendidas de la misma forma, no se puede establecer una definición estándar ni implantar reglas universales para identificarlas; ellas deben ser entendidas “como una construcción social creada a través de prácticas y discursos de la política, la economía, la cultural y lo administrativo” (PASSI, 2000, p. 6).

Al ser una construcción, su realidad y configuración son cambiantes, y dependen de dinámicas sociales, políticas y económicas dentro de las que se delimite la región a analizar; por ello, dependiendo del énfasis que se le quiera dar a su estudio, una región puede tener una u otra forma. La región empieza y termina de acuerdo con lo que se quiera explicar y desde la disciplina que se quiera observar.

Por supuesto, el primer punto de referencia para pensar las regiones ha sido el territorio; inclusive hoy cuando se habla de la desterritorialización originada por los procesos globalizadores que han intensificado la movilidad y el flujo tanto de mercancías como de personas.

Los territorios siguen siendo actores económicos y políticos importantes y siguen funcionando como espacios estratégicos, como soportes privilegiados de la actividad simbólica y como lugares de inscripción de las “excepcionalidades culturales”, pese a la presión homologante de la globalización. (GIMÉNEZ, 2000, p. 90)

De ahí que la delimitación de las regiones continúe haciéndose desde lo geográfico, por eso en el caso colombiano se sigue hablando de región Caribe, que ha tenido como referente al Mar Caribe, por lo que esta es “ante todo, una referencia territorial que, desde temprano, abarcó indistintamente a una diversa y heterogénea población” (POSADA, 1999, p. 338). Igualmente se habla de región Pacífica para hacer referencia a aquella que limita con el Océano Pacífico y de región Amazónica para nombrar el territorio atravesado por el río Amazonas.

Estas definiciones regionales se continúan haciendo a partir de lo geográfico, como lo había argumentado Luis Ospina Vásquez “las regiones son, inicialmente, el producto de una geografía que establece divisiones naturales, reforzadas posteriormente por circunstancias de orden económico y sociocultural” (EN MÚNERA, 2008, p. 45). Por tanto, la división regional del país conserva las fronteras geográficas establecidas desde la colonial, y a partir de ellas se configuraron las regiones que se conocen en la actualidad.

Esta configuración regional se ha visto potenciada por el hecho que se considera como un fenómeno a la vez natural y humano, pues al tiempo en que “las regiones” se han naturalizado como unidades biogeográficas se les atribuye un carácter, un *ethos*, un genio particular específico a cada una [...]. (SERJE, 2011, p. 301)

Es decir, se cree que las regiones delinean un tipo de personalidad y carácter que hace a los habitantes de una región ser y actuar de determina forma.

Cuando se afirma que las regiones tiene una historia más profunda que la nación no se está defendiendo la idea de que ellas siempre han existido, sino que su constitución tiene una configuración anterior, aunque inicialmente no se hayan denominado como tal, ya que como lo argumenta Margarita Serje en el caso de Colombia:

las divisiones político-administrativas han heredado, en muchos de sus trazos actuales, las reparticiones territoriales que se originaron con las capitulaciones coloniales. El interés por mantener los privilegios que estas implicaban fue el primer factor de agrupación de las élites. Las regiones se consolidan, en buena medida, alrededor de la defensa de los intereses económicos y territoriales por parte de las élites en su pugna por mantener una posición en el mercado y en el concierto nacional. (SERJE, 2011, p. 141)

En ese panorama, al igual que la nación, las regiones fueron construidas a partir de intereses particulares de las elites, quienes apelaban a la esencia histórica y cultural de los territorios para defender su posición privilegiada sobre ellos, de ahí el origen de las guerras civiles de la segunda mitad del siglo XIX y las pugnas entre centralistas y federalistas.

Es clave mencionar que las tres regiones involucradas en este estudio, han sido importantes en la vida colonial y republicana de lo que hoy se conoce como Colombia, pues algunas de sus ciudades fueron centros de poder desde el periodo de gobierno español. En el caso de la región Caribe se debe recordar que Cartagena de indias llegó a ser una de las ciudades más importantes en la época de la colonia y la independencia, durante los siglos XVIII y XIX su élite tuvo gran incidencia en la vida social y política del país.

Algo similar sucedió con la ciudad de Popayán, ubicada en lo que hoy se denomina región Pacífica, pues en Popayán se estableció una elite criolla, que al igual que la cartagenera tuvo gran poder e influencia en el contexto nacional<sup>17</sup>.

La configuración de las regiones como espacios socioculturales está condicionada por dos aspectos básicos. El primero es su relación con la capital del país, esto es, los vínculos que establece con ella, puesto que en la construcción de la nación las regiones han sido representada como lugares, lejanos y casi salvajes, posición característica del modelo centralista bajo el cual se constituyó el Estado colombiano. El segundo aspecto son las jerarquías al interior de las regiones; esto es, las luchas internas por el poder sobre el territorio; por eso a continuación se realiza una breve descripción de la configuración histórica de las regiones que interesan en esta investigación, estas son: Región Antioqueña, Caribe y Pacífica.

---

<sup>17</sup> La importancia de estas ciudades se puede medir por el número de presidentes que han dado al país desde su origen republicano, pues entre mediados del siglo XIX y mitad del XX la región del Cauca (Popayán) tuvo cinco presidentes: José Hilario López (1849-1853), José María Obando (1853-1854), Tomas Cipriano de Mosquera (1845-1849; 1861-1864), Julián Trujillo Largacha (1978-1980), Guillermo León Valencia (1962-1966). Por su parte Antioquia ha tenido seis presidentes, el más reciente de ellos terminó su período en 2010: Juan de Dios Aránzazu (1841-1842), Carlos E. Restrepo (1910-1914), Marco Fidel Suárez (1918-1921), Mariano Ospina Pérez (1946-1950), Belisario Betancur Cuartas (1982-1986), Álvaro Uribe Vélez (2002-2006; 2006-2010). Si bien la región Caribe ha tenido un solo presidente, Rafael Núñez (1884-1888), este tuvo gran trascendencia en la historia nacional, pues bajo su mandato se elaboró la Constitución de 1886 que abogó por el centralismo y estuvo vigente por más de 100 años.

### 2.2.1. Región Antioquia

A diferencia de las regiones Caribe y Pacífica la región Antioqueña no define su nombre a partir de una característica geográfica, sino, aparentemente de un vocablo indígena que significa “Montaña de Oro”. Efectivamente el actual departamento de Antioquia se encuentra en una zona montañosa correspondiente a la parte occidental de la cordillera de Los Andes, que durante muchos siglos basó su economía en el Oro, lo que le permitió desde muy temprano convertirse en una de las zonas más prósperas de la Nueva Granada.

El departamento de Antioquia tiene 125 municipios, de los 1.122 con los que cuenta Colombia. Tiene una población aproximada de seis millones de habitantes. Medellín es su actual capital, pero durante la época de gobierno español Santa Fe de Antioquia, ciudad ubicada a 80 kilómetros de Medellín se erigió como la ciudad más importante de la región, desempeñándose como capital hasta mediados del siglo XVIII cuando fue reemplazada por la actual. Luego de las luchas de independencia, gracias a la minería del oro, Medellín se constituyó como el principal enclave económico y político de la región.

Durante las guerras civiles que azotaron a Colombia en la segunda mitad del siglo XIX la región antioqueña adoptó una posición de aislamiento; por tanto, no intervino activamente en dichas confrontaciones, lo cual fue una estrategia que impulsaron sus elites para evitar que la inestabilidad política afectara su desarrollo económico. Este encierro en el que se sumió Antioquia contribuyó de forma determinante en su fortalecimiento como unidad política y cultural, ya que “la estrategia del aislamiento táctico le permitía permanecer al margen de los conflictos de las otras regiones y sirvió también para forjar el sentimiento de homogeneidad interna de su población” (ROJAS, 2001, p. 271).

Posteriormente, debido principalmente al ascenso de la economía del café y a la colonización de las tierras del sur que permitió establecer redes comerciales con otros lugares, Medellín y la región antioqueña se afianzaron como un importante centro industrial y comercial del país.

Un aspecto que marcará de manera indeleble el desarrollo de Antioquia, es que a diferencia de otras regiones, su ciudad capital no tuvo que disputar su supremacía con ninguna otra ciudad, por tanto, “En Antioquia el siglo XX fue más pacífico y próspero por el aislamiento de las guerras civiles y la minería y comercio del oro [...] El factor político más importante fue quizás la consolidación temprana de Medellín como la capital indisputada de

toda la región” (PALACIOS, 2003, p. 89). Este aislamiento y encerramiento creó un sentimiento de unidad y homogeneidad entre los antioqueños, lo que ha permitido mitificar su pureza e identidad frente a otras regiones del país.

La unidad política y económica de la región le permitió posicionarse con un enclave de desarrollo desde donde constantemente se interpelaba al autoritario centro del país, de ahí que Antioquia haya sido la región que con mayor insistencia abogó por la autonomía para producir su propia televisión.

**Mapa 3. Departamento de Antioquia**



El departamento de Antioquia está dividido en 9 subregiones: Bajo Cauca, Magdalena Medio, Nordeste, Norte, Occidente, Oriente, Suroeste, Urabá, Valle de Aburrá. Al norte tiene frontera con el departamento de Córdoba; es decir, con la parte sur de la región caribe. Al occidente limita con el Chocó, departamento perteneciente a la región pacífica. Estas fronteras políticas son superadas por los vínculos culturales, por eso la zona occidental de Antioquia comparte rasgos culturales y sociales con pueblos afrodescendientes del Chocó, y en la zona norte lo hace con pueblos ganaderos del sur del Caribe.

Durante los siglos XIX y XX las élites afincadas en Medellín y el valle de Aburrá, construyeron un mito de raza blanca y pura, que con el pasar del tiempo se ha superado y en ello la televisión regional ha contribuido a ampliar los imaginarios sobre los propios antioqueños.

Nosotros nos basábamos mucho en investigaciones que estaba haciendo Napoleón Franco [Empresa Encuestadora] donde se preguntó muchas cosas cualitativas de lo que era el Antioqueño y nos dimos cuenta que el Antioqueño era completamente homofóbico y lanzamos un programa que se llamaba *Más que Piel* que duró como 15 años sobre el tema de sexualidad y se puso en última todo el tema de la orientación y de la diversidad sexual. [...] tratamos de hacer rupturas en muchas cosas de ese antioqueño discriminador, racista y prepotente, donde nosotros notábamos todas las cosas complicadas de Antioquia y esa franja nos abrió las puertas en muchos sentidos. (GARCÍA, entrevista concedida a Diego García, 20 de abril 2015)

Durante el siglo XX, gracias a su vocación industrial, Medellín se desarrolló como la segunda ciudad más importante del país, en la actualidad tiene una población aproximada de 3.000.000 millones de habitantes. En su área metropolitana colinda con otros municipios, constituyendo la segunda mayor zona urbana del país después de Bogotá.

En las décadas de 1980 y 1990 Medellín desarrolló una economía basada en el tráfico de drogas, razón por la cual vivió un periodo con altos índices de violencia urbana, llegando a ser conocida como la ciudad más violenta del mundo por el alto índice de homicidios. Luego del desmantelamiento del Cartel de Medellín y de su representante más notorio, Pablo Escobar, el tráfico de drogas quedó en manos de milicias urbanas y grupos paramilitares que en diferentes momentos han controlado la economía y política de la ciudad. No obstante, gracias a la desmovilización realizada en 2005, los índices de violencia han disminuido en la ciudad.



### 2.2.2 Región Caribe

En otras ocasiones llamada Costa Atlántica por la creencia que la frontera marítima es con el Océano Atlántico, la zona norte de Colombia está compuesta por siete departamentos: Atlántico, Bolívar, Cesar, Córdoba, La Guajira, Magdalena y Sucre. Según el último censo oficial posee una población aproximada de nueve millones de habitantes que representa el 20% de la población colombiana (DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, 2005).

El principal centro político y económico de la región es actualmente la ciudad de Barranquilla, capital del Atlántico; sin embargo, esto no fue siempre así, pues Barranquilla solo alcanzó un lugar preponderante en la región y el país en la segunda mitad del siglo XX, ya que durante la Colonia y la Independencia Cartagena fue la ciudad más importante; durante muchos años fue el principal puerto sobre el mar Caribe por el que salía e ingresaba la mayor parte del comercio internacional (MÚNERA, 2008). La ciudad de Santa Marta, capital del Magdalena también se constituyó en un importante puerto comercial, aunque nunca tuvo el reconocimiento de Cartagena. Santa Marta también es reconocida históricamente por ser la primera ciudad fundada por españoles en lo que hoy se conoce como Colombia, además porque ahí murió, en 1830 el libertador Simón Bolívar.

Aunque desde la época colonial, las ciudades del Caribe, principalmente Cartagena, tuvieron una relación tensa con el centro del país, dentro de la región nunca hubo una unidad que permitiera pensar el Caribe como una región compacta y con un proyecto político común; por el contrario, a lo largo de los siglos XVIII y XIX las principales ciudades se disputaron la supremacía dentro de la región.

Si bien Cartagena y Barranquilla han fungido como centros regionales en diferentes momentos históricos, en ninguno de los dos casos se puede afirmar que hayan logrado integrar a la región, pues ante la diversidad de pueblos y culturas los proyectos de unidad basados en la homogeneidad no han tenido éxito; por lo tanto: “los sentimientos de “costeñidad”, antes que elementos integradores regionales, forman parte de un discurso exculpatorio de la élite regional para explicar el atraso de la región, además de servir de discurso de dominación” (ZAMBRANO, 1995)

El caso de Barranquilla es significativo, pues a pesar de su posición estratégica en la desembocadura de la principal ruta fluvial del país, el río Magdalena, no dejaría de ser un

caserío sino hasta mediados del siglo XIX. Por ello “pese al eclipse del río Magdalena, Barranquilla consolidó el primado costeño dejando a Santa Marta y Cartagena un papel secundario que luego debieron compartir con Montería, Sincelejo; Valledupar y Maicao” (PALACIOS, 2003, p. 307).

Para inicios del XX con la creación del departamento del Atlántico, Barranquilla ganó autonomía frente a Cartagena e inició su ascenso, lo cual acompañado de la pérdida de importancia de las otras ciudades transformaron las jerarquías regionales; de ahí que “en las primeras décadas del siglo XX, Barranquilla era además el primer puerto marítimo y fluvial del país y la tercera ciudad industrial, después de Medellín y Bogotá. También era la principal ciudad del Caribe colombiano y uno de los motores de su crecimiento” (MEISEL, 2009, p. 191). De esa forma Barranquilla se consolidaría durante el siglo XX como la “capital” de la región Caribe, constituyéndose en el centro de desarrollo y en el lugar desde donde políticamente se ha impulsado la reafirmación cultural del Caribe.

La variación en las posiciones que ocupan las ciudades al interior de la región ha generado rivalidades que permanecen en el tiempo y que condiciona la constitución de la propia región, y a su vez delimitan las representaciones e imágenes que sobre ella se elaboran, incluyendo las que se producen en la televisión. Por eso como se mostrará más adelante, la idea de establecer un canal regional para la región Caribe revivió viejas disputas entre los departamentos y sus élites.

**Mapa 4. Departamentos Región Caribe**

En la parte sur del caribe se encuentran los departamentos de Córdoba y Sucre, cuyas capitales son Montería y Sincelejo respectivamente. Estas dos ciudades basan su economía en la ganadería, en algunos aspectos socioculturales, la parte sur del caribe tiene más puntos en común con el norte de Antioquia que incluso con ciudades como Cartagena o Barranquilla.

El departamento más al norte de la región es La Guajira, cuya capital es Riohacha, uno de los departamentos con mayor población indígena del país y la mayor parte de su territorio es desértico. (DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, 2005).

El caribe posee gran diversidad social, cultural y económica, pese a que políticamente se ha intentado posicionarse como una unidad territorial, la diversidad interna y jerarquías han impedido una acción conjunta.

### **2.2.3. Región Pacífico**

Esta adquiere su nombre porque su mayor frontera la tiene al occidente con el océano Pacífico. Está conformada por los departamentos de Valle del Cauca, Cauca, Nariño y Chocó, con una población aproximada de siete millones quinientos mil habitantes. (DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, 2005).

Hoy el principal polo de desarrollo político y económico es la ciudad de Cali; no obstante, durante la Colonia y la Independencia la región fue dominada por Popayán, siendo una de las ciudades más importante del país, disputándose con Santa Fe de Bogotá el poder político de la naciente República.

Hasta finales del siglo XIX el departamento del Cauca congregaba los actuales departamento del Valle del Cauca, Nariño, Cauca, Quindío, Chocó y Caquetá, conocido entonces como el “Gran Cauca” por ser el departamento con la mayor extensión. Sin embargo, a comienzos del XX y después de varias guerras, el Gran Cauca se fue desmembrando y dividiendo en pequeños departamentos, hasta llegar a lo que se conoce actualmente. Del otrora departamento del Cauca del siglo XIX nacieron otros seis departamentos, la mayoría de ellos conforman lo que se conoce como la región Pacífica.

Paulatinamente Popayán, la capital histórica del Gran Cauca fue perdiendo protagonismo en la vida regional y nacional.

Al finalizar el siglo XIX, cuando su liderazgo nacional es sustituido por Antioquia y Cundinamarca, Popayán y la subregión se percatan de que sus estructuras económicas y sociales se han inmovilizado de tal manera que no pueden enfrentar el proyecto que ya sugiere el Valle del Cauca, centrado en las ciudades de Buga, Tuluá, Palmira, y Cali. (ZAMBRANO)

Así como empieza a decaer el protagonismo de Popayán y el ascenso de la región del Valle del Cauca, y de su ciudad capital. No obstante, su proceso sería más tardío y lento en relación a otras regiones, pues las guerras civiles y la falta de vías de comunicación para realizar intercambios económicos obstaculizó y retardó su desarrollo, ya que “si bien la guerra retrasó el liderazgo de los caleños, en esto pareció más decisivo el bloqueo geográfico: todavía en 1880 la vía de Cali a Buenaventura<sup>18</sup> era intransitable parte del año” (PALACIOS, 1995, p. 30).

Cali sólo comenzaría a ganar espacio en la vida nacional a mediados del siglo XX, cuando la industria de la caña de azúcar se consolidó y el crecimiento urbano la estableció como la ciudad más importante de la región pacífica.

A diferencia de la región Caribe donde históricamente hubo confrontación entre Cartagena y Santa Marta y desde finales del siglo XIX se sumó Barranquilla, disputa que pervive entre sus élites para constituirse en capital de la región; en la región Pacífico el liderazgo de Cali nunca se volvió a ver amenazado, razón por la cual esta ciudad se estableció como la ciudad más importante de toda la región.

---

<sup>18</sup> Buenaventura es una ciudad ubicada en el Departamento del Valle del Cauca, es el principal puerto colombiano sobre el Océano Pacífico, por donde circula el mayor porcentaje del comercio internacional marítimo del país.

**Mapa 5. Departamentos Región Pacífica**

Cali y el Valle del Cauca consolidaron su economía a partir del establecimiento como zona industrial en la que se establecieron importantes empresas nacionales e internacionales. Cali es el tercer centro urbano del país después de Bogotá y Medellín. Al igual que esta última ciudad, en los años 80 y 90 Cali desarrollo una economía basada en el tráfico de drogas. El

cartel de Cali se constituyó en el segundo mayor exportador de droga después del Cartel de Medellín.

A la región pacífica pertenece el Chocó, departamento de riquezas naturales y tradición minera sobre el cual el valle del Cauca y Antioquia se han disputado el dominio. El Cauca es un departamento del sur del país como alta población indígena y en el que el conflicto armado ha tenido grandes repercusiones. Nariño es el departamento más al sur de la región pacífica, limita con Ecuador, por tanto, comparte rasgos culturales con los pueblos andinos de Suramérica.

### 2.3. La televisión en el proyecto de unificación nacional

Bajo el modelo de la Constitución centralista de 1886 se enmarca la aparición de los medios masivos de comunicación en el país. Por supuesto, la prensa escrita existía desde mucho antes y desempeñó un papel central en la circulación de las ideas políticas; de ahí que durante los siglos XIX y XX los periódicos ocuparon un lugar preponderante en la vida política de la naciente república, a tal punto que la mayoría de hombres que se desempeñaron como Presidentes de la República provenían de algún periódico o medio de opinión; por tanto, la prensa y el poder político siempre han estado ligados:

La mayoría de los presidentes de Colombia surgieron de los periódicos, más que de los grupos económicos o de las grandes familias. En la segunda mitad del siglo XIX los estadistas más influyentes –Manuel Murillo Toro, Santiago Pérez, Miguel Antonio Caro, Rafael Núñez- fueron periodistas. Los dos últimos dominaron el país entre 1886 y 1898. En 1910 fue presidente Carlos E. Restrepo, quien había sido editor, librero y periodista, y después de abandonar la presidencia se dedicó durante años a dirigir el periódico **Colombia**. Entre 1930 y 1946 todos los presidentes (Olaya Herrera, fundador del Diario Nacional, Eduardo Santos, director de El Tiempo, López, Lleras) habían sido directores de periódicos. En 1955 regreso de una especie de exilio voluntario el más importante político del siglo XX, Alberto Lleras, antiguo director de *La Tarde* y *El Liberal* y fundador y primer director de *Semana*, para asumir a los pocos días la dirección de *El Espectador*, desde la cual manejó la campaña que terminó tumbando la dictadura del general Gustavo Rojas Pinilla. En 1958 asumió la presidencia y gobernó nuevamente el país de 1958 a 1962. Cuatro años después asumía la presidencia otro antiguo director de *El Tiempo*, Carlos Lleras Restrepo, quien, después de abandonar la presidencia, siguió ejerciendo su influencia como director del semanario *Política y algo más*. En 1974 fue presidente otro ex director de *El Liberal* y fundador, en 1958, del influyente semanario político *La Calle*: Alfonso López Michelsen. Cuatro años después asumió el poder el periodista Belisario Betancur, quien había comenzado su carrera como redactor de *La Defensa*, había pasado por *El Siglo* y dirigido *La Unidad*. (MELO, 2009)

Cabe destacar que en Colombia la prensa nunca se ha podido entender como el cuarto poder; es decir, como una prensa que vigila a los otros poderes: ejecutivo, legislativo y judicial; pues los orígenes de la prensa colombiana fueron políticos, de ahí su estrecha relación con ellos; por tanto, no desempeñó un papel de contrapeso y vigilancia, sino de caja de resonancia y/o medio oficial de los partidos. Los periódicos colombianos eran abiertamente Liberales o Conservadores, en consecuencia los periódicos se constituyeron en tribunas desde las cuales se defendían ideas y postulados de los partidos que delinearon la historia política del país. Esta cercanía entre medios de comunicación y poder político, además del marco brindado por la Constitución de 1886 haría que cada medio que aparecía fuera pensado y empleado como instrumento, no solo para la difusión de ideas políticas, sino como herramienta para la construcción de aquella nación homogénea deseada por la elites.

En ese panorama los medios de comunicación se han empleado como instrumentos ideológicas, por eso cuando aparece la radio en 1929, si bien lo hace siguiendo el modelo norteamericano que “privilegia el carácter privado y comercial de la radio, donde los intereses de la industria para abrir nuevos mercados y generar audiencias configuran el contenido de la programación y la estructura de las nuevas empresas radiofónicas” (PÉREZ; REY; TÉLLEZ, 2016, p. 93), ello no impidió su uso político, ya que “tanto los partidos políticos como el Estado ven la necesidad de tener un control sobre el medio considerándolo como herramienta ideológica” (PÉREZ; REY; TÉLLEZ, 2016, p. 94). Recuérdese que para comienzos del siglo XX la infraestructura vial del país era precaria, motivo por el cual un medio de comunicación como la radio se concebía como una forma útil y eficiente para conectar un país fragmentado por su geografía.

La radio permitió lo que la prensa no había logrado, llegar a rincones apartados de la geografía nacional, a sectores rurales de tradición oral en los que el medio de comunicación pronto se convirtió en fuente de información y entretenimiento. Además la radio contribuyó a la creación de la deseada “comunidad imaginada” (ANDERSON, 2007), ya que comenzó a unir al país en torno a discursos informativos y eventos culturales que posibilitaron imaginar la nación más allá de las fronteras locales y regionales.

Las transmisiones radiales de fútbol profesional desde 1948, de la vuelta a Colombia en bicicleta que empezó en 1951, de los programas musicales y humorísticos y de festivales folclóricos, empezaban a fabricar en serie encarnaciones de orgullo regional y local en la forma de futbolistas, ciclistas, boxeadores, cantantes y reinas de belleza. (PALACIOS, 2003, p. 318)



En ese contexto cuando se inaugura la TV, ella no podía concebirse más que como instrumento para educar y unificar al pueblo colombiano en torno a unos ideales nacionales propuestos desde la capital del país. Por tanto, no es de extrañar que la TV haya llegado a Colombia bajo la presidencia de un militar, que además de querer exaltar su imagen, pretendía poner a circular su discurso político por todo el territorio nacional para informar y educar en valores nacionales al pueblo colombiano.

El gobierno de facto del general Gustavo Rojas Pinilla (1953-1957), al cual se le identifica por sus restricciones a la libertad de prensa, debido al enfrentamiento con los periódicos: El Espectador, El Tiempo, La República entre otros; es justa y curiosamente el gobierno el que, para celebrar su primer año en el poder, decide adelantar las gestiones necesarias para inaugurar en Colombia el medio de comunicación al que más poder de penetración y de influencia se le reconoce en la sociedad contemporánea. (GARZÓN, 2015, p. 143)

La TV se inaugura con el firme propósito de contribuir en la construcción simbólica la nación homogénea que deseaban las elites políticas desde el siglo XIX.

La inserción de la televisión en la vida nacional se lleva a cabo mediante unos episodios que no lograron escapar a la histórica tentación centralista colombiana, y en consecuencia, en estricto sentido, el 13 de junio de 1954 los primeros transmisores irradiaron la ciudad de Manizales y la sabana de Bogotá. (GARZÓN, 2015, p. 135)

El resto del país se enteró de la llegada de la TV por la prensa y algunas regiones debieron esperar años para recibir la señal, principalmente por las dificultades para llevar la señal a lugares con fronteras naturales que dificultaban la construcción de la red de transmisores (El departamento de Huila recibió la señal de la cadena uno en 1968, San Andrés en 1974 y Leticia 1976).

La idea primigenia de llevar la televisión hasta los más recónditos valles y montañas pronto encontraría límites, no sólo en las dificultades financieras para sostener el proyecto, sino que además hallaría una barrera natural y de elevados costos para poder llevar el servicio a determinadas regiones de la accidentada topografía colombiana. (GARZÓN, 2015, p. 158)

A diferencia de otros países del continente, durante mucho tiempo en Colombia se ha justificado que desde su aparición la televisión fue pública y nacional, lo cual no ha dejado de ser una idea que se ha mitificado, pero que poco se ha cuestionado. Al revisar las historias que se han contado sobre la televisión en otros países latinoamericanos se puede observar que en la mayoría de ellos la televisión nació local, pues tanto en Argentina (VARELA, 2005), Brasil (GOULART, SACRAMENTO, ROXO, 2010), Chile y México (OROZCO, 2002) las primeras emisiones se realizaron en las ciudades capitales o en los centros urbanos de mayor

población y desarrollo económico. Dicha situación no se generó únicamente por capricho de quienes llevaron la televisión a cada uno de esos países, sino porque técnicamente en la década de 1950 cuando se inauguró la TV en la mayoría de ellos, era imposible hacer televisión de cobertura nacional.

En consecuencia en la mayoría de países del mundo la televisión nació local o regional y posteriormente se crearon cadenas nacionales que enlazaban esas televisiones locales; en tanto en Colombia, la televisión se propuso como televisión nacional y sólo tres décadas después se crearon canales regionales, eso a pesar que en la práctica, la televisión nacional colombiana siempre fue una televisión local para Bogotá.

Pese a que la TV colombiana se creó con la idea de ser nacional, hay que destacar que dicho medio de comunicación nació local y durante cerca de treinta años fue así, pues la expansión de las redes públicas de retransmisión fue lenta debido a la topografía del país y a los bajos presupuesto de las entidades estatales encargadas de su desarrollo. El deseo de una TV nacional se correspondía a la concepción centralista del Estado, en el que por más que la televisión no tuviera cobertura en todo el territorio, se consideraba nacional en la medida que desde de ella se deseaba imponer una idea de nación común a los colombianos. “La televisión se producía y emitía desde la capital para todo el país, ignorando los acentos y matices culturales de las regiones, cumpliendo así una función no sólo hegemónica sino homogeneizante” (ABELLO, 1994, p. 464).

Pero la televisión colombiana no fue nacional solo porque su señal no cubriera todo el territorio sino porque durante tres décadas su producción fue netamente local; es decir, fue una producción hecha en Bogotá y emitida al resto del país, esto quiere decir, que si bien con el pasar de los años fue alcanzando cobertura en parte del territorio, los contenidos hacían referencia exclusivamente a la capital del país; por lo tanto las demás regiones desempeñaban un papel de consumidoras de contenidos, mas no como productoras. “Arrancan esas primeras transmisiones [de la televisión nacional], y a medida que fueron colonizando cerros iban ampliando la cobertura, [pero era] una televisión eminentemente local, hecha en Bogotá [...]” (MARÍN, entrevista concedida a Diego García, abril 2015)

Esta concepción de televisión es resultado de pensar el medio de comunicación bajo el modelo centralista de la Constitución Política de 1886, en la que Bogotá concentró todos los poderes nacionales y se estableció como epicentro de desarrollo político y económico; como consecuencia la televisión no podía dejar de imaginarse como parte de un proyecto de unidad

y homogeneidad nacional, a través del cual se podía llevar educación y cultura al resto del país, pues “Bajo la Constitución de 1886, se expidieron las Leyes sobre televisión que estuvieron vigentes durante 40 años” (GARZÓN, 2015, p. 69), de ahí que la regionalización y ampliación del paisaje televisivo no haya interesado a los gobiernos nacionales, ya que no se correspondía con la idea de Estado-nación delineada por la Constitución del siglo XIX.

En 1979 ante la pregunta por la posibilidad de aprobar canales regionales José Manuel Arias, Ministro de Comunicaciones del gobierno de Julio César Turbay Manifestó:

No creo que sea posible, o por lo menos mientras yo esté en el gobierno y esté bajo mi orientación la televisión que se hagan canales regionales [...] En cuanto a una participación de las regiones en la programación [...] estamos diseñando un programa que se llamará *Colombia* y que estará hecho con la presencia de cada una de las regiones del país [...] buscando que Colombia se integre un poco más dentro de un propósito que yo diría es obsesivo del Gobierno Nacional como es el de crear factores de integración en el país. (INRAVISIÓN, 1994, p. 251)

Por estos motivos, durante mucho tiempo la denominada TV nacional, no dejó de ser una televisión bogotana desde la cual se pretendía construir una idea de nación homogénea que las demás regiones debían consumir y asimilar sin ningún tipo de reparo.

El carácter público de la televisión colombiana también puede ponerse en cuestión, dado que su expansión y desarrollo se asemeja más al de un canal comercial que a uno público.

De acuerdo a la experiencia y a las historias de televisiones en el mundo, es posible identificar tres modelos televisivos: comercial, estatal y público; cada uno de ellos asociado al tipo de sociedad dentro del que se origina, por eso el modelo comercial tuvo como paradigma a los Estados Unidos, pues:

nació de una gran confianza en la capacidad de los mecanismos del mercado para responder a los gustos de los consumidores, así como de una fuerte renuencia a permitir que el Estado dominara un medio de comunicación de masa al cual se le asignaba, un enorme potencial de información y de influencia. (UNESCO, 2001, p. 9)

Por su parte El modelo Estatal se dio en aquellos países en los que el Estado intervenía en todos los ámbitos de la vida social y política, como sucedía en la mayoría de naciones europeas, en ellas se desarrolló una televisión:

Centralizada y erigida en monopolio, la radiodifusión, en ese modelo, se construyó sobre la idea de que está justificado que el Estado utilice los medios de comunicación para sus propios fines. En ese contexto, se ve al Estado como

garante del interés público, interés que el propio Estado define. (UNESCO, 2001, p. 10)

Finalmente en el modelo de servicio público se construye bajo la desconfianza de los dos anteriores “desconfianza en cuanto a la capacidad de los mecanismos del mercado para garantizar la realización de ciertos objetivos, y también desconfianza en cuanto a la capacidad del Estado para lograr esos mismo objetivos... informar, educar, divertir” (UNESCO, 2001, p. 10), el mejor ejemplo de una televisión de este tipo ha sido la BBC británica (ARROYO, BECERRA, GARCÍA & SANTAMARIA, 2012; BECERRA & WAISBORD, 2015; BUCCI, CHIARETTI, FIORINI, 2012)

Cada uno de los modelos define una forma de financiación, control, programación y relación con las audiencias, pues de estos aspectos depende precisamente la definición del modelo reinante (Tabla 3).

**Tabla 3. Modelos de televisión en el mundo**

<b>Modelo</b>	<b>Financiación</b>	<b>Programación</b>	<b>Control</b>	<b>Audiencias</b>
Comercial	Publicidad	Entretenimiento	Mercado	Consumidores
Estatal	Estado	Política-Ideológica	Poderes Estatales	Electores
Público	Impuestos	Educativa y Cultural	Ente Autónomo	Ciudadanos

**Fuente:** Elaborado por el autor a partir de UNESCO (2001); BECERRA & WAISBORD (2015).

Durante muchos años los países tenían uno u otro modelo, o sea, que donde había televisión comercial no habían canales estatales o públicos, o viceversa; no obstante, dichas barreras se comenzaron a derrumbar desde finales de la década de 1970, cuando en algunos países europeos en donde existía en monopolio estatal comenzaron a ser aprobadas las cadenas comerciales, iniciando así ecosistemas mediáticos en los que convivían varios modelos (WOLTON, 1995).

En el caso colombiano no es tan fácil establecer el modelo bajo el que nació y creció la televisión nacional, puesto que cuando realizó su primera emisión en 1954 la televisión se denominó pública; es decir, en los criterios de la Unesco una televisión en la que ni el Estado ni el mercado tendrían el poder sobre el manejo de la televisión, y en la que el objetivo era principalmente educar e informar sin la intromisión de estos intereses; sin embargo, la historia ha mostrado que lo que ocurrió fue lo contrario, pues en el país la televisión pública en vez de alejarse del modelo estatal y del comercial, se convirtió en un espacio en el que se encontraron y convivieron los dos modelos, de ahí que el esquema administrativo se denominara “Sistema mixto”; es decir, el Estado era el dueño de las redes e infraestructura y

el sector privado se encargaba de la programación; un modelo que efectivamente era mixto, pero que tenía muy poco de público, pues contrario a lo que dice la Unesco y los expertos, aquí no se desconfiaba del Estado ni del mercado, sino que se delegaba en ellos todas las funciones de la televisión.

En reiteradas ocasiones se ha hablado de las particularidades del modelo administrativo que adoptó Colombia para manejar la televisión nacional (REY, 2002; VIZCAÍNO, 1992; 2005; MARÍN, 2006), un modelo alejado de los países en los que la televisión nació vinculada a la empresa privada, como “México, Cuba y Brasil, [donde] la televisión comienza como una inversión privada de grupos que ya detentaban el poder de otros medios” (VARELA, 2005, p. 36), pero también diferente a aquellos en los que funcionó bajo el monopolio estatal (WOLTON, 1995). El sistema mixto como se conoció esta figura administrativa, consistía en que el Estado, propietario del espectro electromagnético e infraestructura, entregaba en arrendamiento a empresas productoras privadas los espacios para la realización de los programas en los canales de cobertura nacional, que entre 1954 y 1969 fue solo uno y que a partir de 1970 aumentó a dos.

La implantación de este modelo se dio porque el Estado no contó con los recursos suficientes para sostener la producción y transmisión de los contenidos necesarios para el funcionamiento de la televisión, así lo afirmó el propio Fernando Gómez Agudelo, primer director de la oficina de Televisión y Radiodifusora Nacional: “El nacimiento de la TV comercial se da cuando el Estado se da cuenta que no tiene recursos para mantener la TV” (BIBLOWICZ, 1979, p. 37).

Por tanto, tan solo unos años después de entrar en funcionamiento la TV el sector privado ingresó en la producción de la televisión denominada pública.

Hasta 1958 la televisión logró conservar su propósito de ser eminentemente cultural y educativa. Pero esa política principió a quebrantarse con la intromisión de la televisión comercial que por fuerza de circunstancia económica fue cambiando el tipo de programación hacia un terreno más utilitarista y menos intelectual. (TÉLLEZ, 1979, p. 49)

Aunque a lo largo de los años el modelo tuvo ajustes y variaciones, como por ejemplo en la forma de adjudicar los contratos y el tiempo de los mismos, la televisión en el país funcionó siempre bajo la tutela del Estado, pero con producción del sector privado que usufructuaba y explotaba económicamente los espacios entregados, generando de esta forma un híbrido entre televisión estatal y privada (VIZCAÍNO, 2005). En ese modelo la

financiación de la televisión pública provenía de lo que las programadoras pagaban por los espacios en las cadenas nacionales y por la venta de publicidad; el control y desarrollo era dictaminado por el Instituto Nacional de Radio y Televisión y la programación era producida en su mayoría por los privados pero también por una programadora estatal<sup>19</sup>.

En ese panorama fue fácil que los intereses privados se impusieran sobre el interés público, por esa razón, las investigadoras Patricia Anzola y Elizabeth Fox señalaron que la televisión pública en Colombia fue una ficción, puesto que fue direccionada por el interés de las empresas privadas encargadas de la programación y no por las instituciones estatales que la controlaban:

Durante treinta años Colombia mantuvo la ficción de un sistema nacional de televisión de servicio público, administrado por el Ministerio de Comunicaciones a través de su institución descentralizada, Inravisión. Sin embargo, durante casi toda su vida, la televisión colombiana fue una empresa privada que operó con fines de lucro, y los ingresos procedentes de la publicidad comercial financiaron casi toda la programación y producción. (ANZOLA & FOX, 1988, p. 82)

La intervención de los políticos en el funcionamiento de la TV pública nacional fue otro hecho que marcó su historia, la repartición burocrática que los partidos Liberal y Conservador realizaron durante el Frente Nacional<sup>20</sup> en todas las ramas del poder público, alcanzó la administración de la televisión, por eso con ella se pagaban favores políticos y se manejaba según el antojo del presidente y partido de turno; sobre este asunto se profundizará en el capítulo V, por ahora vale destacar que la participación de los políticos en la televisión estaba relacionada con los vínculos que ellos tenían con el sector privado, por eso

---

<sup>19</sup> En 1976 el Ministerio de Comunicaciones creó la programadora Audiovisuales con la intención de producir un noticiero oficial que se llamó *Telenoticias*; posteriormente su producción se concentró en contenidos educativos y culturales en las cadenas nacionales. En la memoria de la televisión nacional se reconocen producciones documentales realizadas por Audiovisuales como *Yuruparí* y *Aluna* en las que se mostró el país rural, selvático y campesino que no aparecía en los programas comerciales. Durante cerca de 20 años a la programadora Estatal se le asignaban espacios en las cadenas nacionales sin competir en las licitaciones en las que concursaban las programadoras privadas; sin embargo, luego de la creación de la CNTV Audiovisuales se vio en la obligación de concursar en las licitaciones como las demás programadoras. En los primeros años del nuevo siglo y luego de la entrada en funcionamiento de los canales privados, muchas programadoras entraron en crisis y devolvieron los espacios en las cadenas nacionales (Uno y A), razón por la cual Audiovisuales debió asumir esos espacios para no dejar sin programación las cadenas nacionales. Finalmente Audiovisuales fue liquidado junto con Inravisión en 2004 siendo reemplazadas por RTVC (Colombia, Decreto 3551 de 2004), véase DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN (DNP). **Documento CONPES 3314. Lineamientos de política y plan de acción para la reestructuración del sector de radio y televisión pública nacional en Colombia.** Bogotá: DNP, 2004.

<sup>20</sup> Acuerdo establecido entre los partidos políticos Conservador y Liberal para acabar con La Violencia que azotaba al país desde finales de la década de 1940, en el que entre los años de 1958 y 1974 los partidos se alternaron la presidencia de la República y se distribuyeron a conveniencia los cargos públicos en diferentes entidades estatales.

El sistema mixto [consistió] en que tanto el Estado como los particulares se encargan de la infraestructura de los canales y del control de la programación. Inicialmente los particulares asumen la producción en estudios del Estado y luego en los propios. Este fenómeno no ha correspondido a un proceso racional orientado mediante la planeación y el cálculo, sino que ha sido fruto del desarrollo histórico en que la intervención política ha sido decisiva para corresponder a las demandas de los empresarios. (VÍZCAINO, 2006, p. 32)

En Colombia la TV nació con funciones educativas y culturales que buscaban la unidad y la construcción de una nación homogénea; por lo tanto, todo el desarrollo, producción y programación se realizaba desde la capital de la República hacia el resto de las regiones, las cuales tenían poca participación en el manejo y control, pero también en los contenidos y representaciones que en la pantalla se hacía sobre ellas: “toda la producción televisiva se centralizó en Bogotá y era transmitida al resto del país por Inravisión. No hubo producción local, y con muy pocas excepciones todos los programas se originaron en Bogotá” (Anzola & Fox, 1988, p. 85). En ese sentido las regiones y sus audiencias eran meras espectadoras y consumidoras de los contenidos de la TV nacional, no tenían ningún tipo de participaban en la producción de programas y mucho menos podían intervenir en su administración.

Habría que esperar hasta 1984 para que el gobierno nacional autorizara el nacimiento de los canales públicos regionales, con los que se quería ampliar el panorama televisivo nacional y contribuir al desarrollo y fortalecimiento cultural de las regiones (GARCÍA & HERRERA, 2011; GARCÍA, 2012; GARCÍA, Ana Patricia, 2012). Estos canales entrarían a funcionar de forma similar a la TV nacional, sin embargo, el sistema mixto comenzaría a ver su decadencia a finales de la década de los 90, cuando por medio de la Ley 335 de 1996 se habilita la creación de los canales privados:

En noviembre de 1997 se otorgaron dos concesiones para operar dos canales nacionales privados (RCN y Caracol) y posteriormente un canal local, CityTV. El Esquema de operación de los canales privados les permitió obtener altos niveles de sintonía y por lo tanto concentrar la pauta publicitaria, afectando de manera importante a la televisión pública hasta el punto que desde el año 2000 se produjo la devolución paulatina de los espacios concesionados a las programadoras de los canales Uno y A... (DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN, 2005, p. 10)

A partir de la entrada en funcionamiento de la televisión privada en 1998<sup>21</sup>, el panorama audiovisual se transformó drásticamente, los nuevos operadores vinculados a los

---

<sup>21</sup> Los canales privados fueron autorizados por la Ley 335 de 1996 y adjudicados a través de licitación pública, con concesiones prorrogables por 10 años, las cuales fueron renovadas en 2009.

grupos económicos más fuertes del país<sup>22</sup>, realizaron inversiones en infraestructura y personal técnico y profesional que les permitió establecer diferencia en la programación y en la calidad frente a los canales públicos nacionales y regionales que seguían operando con presupuestos bajos y con equipos obsoletos. El país pasó:

[...] de un sistema mixto donde se dieron interacciones interesantes pero casi siempre conflictivas entre propósitos públicos e intereses privados, [y] ahora se afianza un sistema centrado en lo privado con un sentido bastante difuminado de lo público. (MARTÍN-BARBERO, REY & RINCÓN, 2000, p. 55)

Este panorama generó una enorme crisis en la televisión pública, ya que muchos anunciantes migraron hacia los canales privados, por ello “las pérdidas operacionales registradas durante el año 2000 por los concesionarios de los canales públicos, que emiten en los Canales UNO y A operados por Inravisión, ascendieron a 12.000 millones de pesos” (COMISIÓN DE REGULACIÓN DE TELECOMUNICACIONES, 2001, p. 17). Varias de las empresas que pautaban en los canales públicos nacionales y regionales pertenecían a los grupos económicos propietarios de las nuevas cadenas, por tanto, dejaron de pautar en la televisión pública (Ver Capítulo IV). La mayor parte de las programadoras que trabajaban en

---

<sup>22</sup> Cuando se aprueba la libertad de canales, se realizó una licitación pública para asignar dos concesiones para la explotación del servicio de televisión abierta en el país. Finalmente por más de 90 millones de dólares la concesión fue entregada a Caracol, perteneciente al grupo empresarial Santo Domingo y a RCN vinculada al grupo empresarial Ardila Lulle.

Antes de la llegada de la televisión a Colombia, Caracol y RCN eran cadenas radiales comerciales de alcance nacional. Sin embargo, luego de la entrada de la TV en 1954 y de la incapacidad del Estado para financiar su funcionamiento, en 1955 Caracol y RCN son invitadas por el gobierno a hacer parte de la producción de contenidos para la Cadena Uno; por tanto, las dos cadenas radiales formaron la empresa TVC (Televisión Comercial) constituyéndose en la primera programadora del sistema mixto. TVC funcionó durante dos años, de ahí en adelante cada programadora trabajó independientemente. Desde entonces Caracol y RCN participaron de la producción de programas en las cadenas públicas nacionales. Antes de pertenecer a los grandes grupos económicos, tanto Caracol como RCN, pertenecían a empresas e inversionistas de medios. No obstante, a comienzos de la década de 1980 las cadenas son adquiridas por los grupos empresariales a los que se encuentran vinculadas actualmente (HERRÁN, 1991), que una vez en el negocio de la televisión abogaron por la libertad de canales, proyecto que finalmente se concretaría con la ley 335 de 1996 “Por la cual se modifica parcialmente la Ley 14 de 1991 y la Ley 182 de 1995, se crea la televisión privada en Colombia y se dictan otras disposiciones”. Los dos grupos empresariales en cuestión, además de los canales de televisión, son propietarios de diversos medios de comunicación y empresas en diferentes sectores de la economía nacional. El Grupo empresarial Santo Domingo maneja sus empresas a través de un Fondo de Inversión denominado VALOREM S.A. que actúa en el sector inmobiliario y turístico, Logística y Transporte, Medios de Comunicación e Industrial. Además de Caracol Televisión es propietario del Periódico El Espectador, de las revistas Cromos y Shock y de la emisora radial Blu. Igualmente es dueña de la mayor empresa distribuidora de cine en el país: Cine Colombia (Fuente Monitoreo de Medios MOM Colombia: <http://www.monitoreodemedios.co>).

Por su parte la organización Ardila Lulle es propietaria de más de 50 medios de comunicación entre los que se destaca RCN televisión, el canal internacional de noticias NTN24, el canal deportivo *WinSports* y la cadena radial RCN. Igualmente tiene empresas en el sector Agroindustrial, Automotriz, Bebidas, Deportes, Inmobiliario y Financiero. Su presidente, Carlos Ardila Lulle ha sido destacado por la revista Forbes, como uno de los hombres más ricos de Colombia. (Fuente Monitoreo de Medios MOM Colombia: <http://www.monitoreodemedios.co>).



estos canales desaparecieron paulatinamente, pues no contaban ni con la infraestructura ni el personal para competir en contenidos ni por las audiencias<sup>23</sup>; además porque “los canales privados construyeron su propia red de transmisión y tenían absoluta autonomía en la programación. Este nuevo esquema de competencia puso en desventaja tanto al operador nacional como a los programadores de los canales públicos” (DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN, 2004, p. 10).

Es difícil negar que el paisaje televisivo colombiano necesitara de la televisión privada para el desarrollo de la industria audiovisual, así como para estimular el mercado creativo, pues bajo la tutela del Estado la inversión en equipos e infraestructura era precaria y se encontraba atrasada con relación a los demás países del continente. Sin embargo, hay que subrayar que la forma en que se realizó no fue la más armoniosa ni equitativa, pues el Estado prácticamente entregó al sector privado toda la responsabilidad de la prestación del servicio público de televisión.

**Tabla 4. Canales de cobertura nacional públicos y privados 2016**

NOMBRE	AÑO INAUGURACION	PROPIEDAD	SOCIO MAYORITARIO	PROGRAMACIÓN	CREACIÓN CONTENIDOS	FINANCIACIÓN
Canal UNO	1954	Estatal	RTVC	Generalista	Concesionarios privados	Cesión de espacios
Señal Colombia	1970	Estatal	RTVC	Educativa y Cultural	RTVC	FONTVC
Señal Institucional	1972	Estatal	RTVC	Oficial Institucional	RTVC	FONTVC
Caracol	1998	Privada	Grupo Santo Domingo	Generalista	Propia y Subcontratada	Publicidad
RCN	1998	Privada	Organización Ardila Lulle	Generalista	Propia y Subcontratada	Publicidad

**Fuente:** Elaborado por el autor

En Colombia la televisión se ha concebido como servicio público desde el Decreto 101 de 1955 que creó la oficina de Televisión y Radiodifusora Nacional dentro de la Dirección de Información y Propaganda del Estado, y luego en el 3267 de 1963 que dio origen a Inravisión; la concepción de servicio público se renovó en la Ley 142 de 1985 que lo reestructuró y habilitó la creación de canales regionales. Dicha orientación se ratificó en el Artículo 1 de la Ley 182 de 1995 que creó la Comisión Nacional de Televisión: “La televisión es un servicio público sujeto a la titularidad, reserva, control y regulación del Estado, cuya prestación corresponderá, mediante concesión, a las entidades públicas a que se refiere esta Ley, a los

<sup>23</sup> En el año 2000; es decir, luego de dos años de entrar en funcionamiento los canales privados, aún funcionaban 18 programadoras en los dos canales públicos comerciales; sin embargo, paulatinamente fueron devolviendo sus espacios pues la situación financiera les fue insostenible, razón por que la mayoría de ellas entraron en quiebra. Ver COMISIÓN DE REGULACIÓN DE TELECOMUNICACIONES. (2001). *Análisis general de la cadena de valor y la situación actual de la industria de la televisión en Colombia*. Bogotá: CRT.

particulares y comunidades organizadas”. Según este artículo, la televisión es un servicio público que puede ser prestado por particulares, por eso cuando en 1996 se autorizan los canales privados, estos están obligados a hacer televisión de servicio público (Ley 335 de 1996).

Esta situación no es exclusivamente colombiana, así ocurrió en otros países en los que el servicio público quedó en manos de los privados, lo que ha ocasionado un deterioro en la TV pública.

Al imponer todo tipo de responsabilidades y obligaciones de servicio público a los canales privados, paradójicamente se redujo la importancia simbólica de la función de la televisión pública a este respecto. Si los canales privados pueden cumplir misiones de servicio público ¿por qué ha de haber una televisión pública? (ATKINSON & RABOY, 1998, p. 24)

Cuando en Colombia el Estado delega la responsabilidad del servicio público en Caracol y RCN, se crea el imaginario de que ya no es necesaria la TV pública; por este motivo, y porque los anunciantes migran hacia los nuevos canales privados, la televisión pública nacional entra en una etapa de deterioro y decadencia. Lo que no se consideró en ese entonces, fue que el sector privado no comparte la misma noción de servicio público que el Estado, pues para los primeros la idea de servicio público está subordinada al éxito, el lucro y beneficio comercial.

Debido a lo mencionado, hacer historia de la televisión en Colombia es un ejercicio particular, ya que durante muchos años se ha vendido la idea que Colombia tuvo televisión pública nacional, pero como se mostró esto no fue más que un título nominal, pues en la práctica la televisión que se hizo en el país tuvo poco de nacional y de pública. Como se mostrará los siguientes capítulos el aspecto público de la TV se sigue cuestionando, pues aún hoy la televisión que se denomina pública tiene poco de ello, y ha funcionado más como una televisión estatal en la que los gobiernos y políticos manejan a su antojo. Por su parte, el carácter nacional de la TV, fue la que propició la discusión sobre los canales regionales, pues durante muchos años municipios y departamentos de diferentes zonas del país, manifestaron su inconformidad con los contenidos que se presentaban en la televisión, pues no se veían reflejados en ellos sus realidades y particularidades.

Por estos motivos en el siguiente capítulo se revive parte del contexto y discusiones que se dieron en el país para la creación de canales regionales, las propuestas que motivaron la

creación de este tipo de televisión, así como las batallas que han tenido que dar para defenderlos y mantenerlos en funcionamiento.

### III. REGIONALIZACIÓN DE LA TELEVISIÓN COLOMBIANA

Durante treinta años la televisión colombiana reprodujo el modelo institucional del Estado centralista, por eso hasta mediados de la década de 1980 las cámaras de televisión no habían salido de Bogotá; en consecuencia, el resto de ciudades y regiones muy poco habían aparecido en las pantallas de los mal llamados canales nacionales.

Por tales motivos, el propósito de este capítulo es reconstruir el contexto en el que se gesta la aparición de la TV regional, identificando las características de la televisión nacional durante los primeros años de la década del 80 cuando llega a la presidencia el antioqueño Belisario Betancur. Se contextualizan los debates que se dieron en el país en torno a los canales regionales y los decretos propuesto por el Ministerio de Comunicaciones que autorizó su creación. Se describen los primeros años de funcionamiento de los canales regionales, y se puntualiza en algunas características de los canales objeto de estudio: *Teleantioquia*, *Telecaribe* y *Telepacífico*.

#### 3.1. La televisión colombiana en 1982

En 1982 la televisión nacional presentaba tres características visibles: a) Alta intervención del poder Ejecutivo en el control y decisiones sobre la televisión, ya que el Presidente de la Republica actuaba directamente en su manejo, el director de Inravisión era nombrado discrecionalmente por él, de ahí que los decretos y reglamentaciones sobre la TV correspondían a intereses del Ejecutivo sin la intervención o participación de otros actores o sectores. b) Las programadoras privadas tenían elevado protagonismo en el desarrollo de la TV; por tanto, había supremacía de intereses privados sobre el servicio público, pues muchas decisiones sobre la asignación de programación se hacía de acuerdo a presiones y necesidades de las programadoras, y no en favor de la ciudadanía y la prestación del servicio público. c) Centralización de la producción. Existían los canales *Uno* y *Dos*, ambas de cubrimiento en la mayor parte de territorio nacional pero con producción exclusiva de Bogotá, en consecuencia las regiones no tenían ningún tipo de participación en el desarrollo de la TV ni en la producción de contenidos.

Estos aspectos venían generando constantes debates en el ámbito político desde de la década de 1970, pues tanto poderes regionales, como gobierno y partidos políticos formulaban propuestas que buscaban generar cambios en el manejo de la televisión. El tipo de propuesta dependía de los actores que las impulsaban, por eso desde las regiones se proponía la descentralización de la televisión; los partidos pedían la desgubernamentalización en el manejo y decisiones sobre el medio de comunicación; en tanto, algunos gobiernos planteaban la libertad de canales para responder a intereses de las programadoras privadas que gracias a su cercanía con el poder ponían el tema en la agenda de los gobiernos, “cuando se analiza con

cuidado la estructura de pertenencia de las programadoras colombianas se tiene que concluir que las programadoras están compuestas de un grupo muy selecto de individuos con intereses políticos y económicamente ligados” (BIBLOWICZ, 1979, p. 76).

En el caso de la regionalización vale recuperar el pedido que en 1970 el gerente de las Empresas Departamentales de Antioquia (EDA), Bernardo Osorio Gómez envió al Ministerio de Comunicaciones solicitando autorización para la creación de un canal en del departamento de Antioquia, pedido que no fue atendido. En 1981, el entonces gobernador de Antioquia Álvaro Villegas Moreno envió una carta al Presidente Julio Cesar Turbay Ayala manifestando nuevamente el deseo de que el departamento desarrollara su propio canal de televisión; sin embargo, al igual que la solicitud de 1970 fue denegada (AMAYA, 1986). No obstante, estos comunicados evidencian el liderazgo que jugó el departamento de Antioquia en el impulso de la TV regional; por tanto, no es casualidad que el primer canal de este tipo se haya gestado en la región antioqueña.

La libertad de canales era otro de los temas que se discutía en el ámbito nacional, pues hay registros que desde comienzo de la década de 1960 se venía proponiendo la privatización de la televisión colombiana (CONVIENE privatizar la TV, 1984; VIZCAÍNO, 1992). El país había tenido una experiencia en la aprobación de un canal privado, pues entre 1966 y 1970 Inravisión entregó concesión para que la compañía *Producciones Técnicas* en asocio con la ABC norteamericana produjera un canal comercial local para Bogotá, TV-9, popularmente conocido como Teletigre por el animal que representaba su imagen; no obstante, las programadoras que licitaban con el Estado en la cadena pública presionaron para que dicha concesión no fuera prorrogada. Por eso el “contrato duró de 1966 al 1970 y con las presiones de las programadoras, pues ellas finalmente ganaron la pelea de que no hubiera un solo contratista, sino que se distribuyeran los espacios de ese nuevo canal” (VIZCAÍNO, entrevista concedida a Diego García, abril 2015), en consecuencia a partir de 1970 el canal 9 se convirtió en la segunda cadena pública comercial (BIBLIOWICZ, 1979, TELLEZ, 1979)<sup>24</sup>.

La libertad de canales aparecía constantemente como un aspecto a discutir, y gracias a los vínculos políticos de los dueños de las programadoras durante la administración del

---

<sup>24</sup> Una vez cerrado el canal local privado de Bogotá, Inravisión lo comenzó a operar como la *Segunda Cadena* pública comercial en la que se arrendaba los espacios a particulares; el canal fue conocido como *Canal 9*, segunda cadena y posteriormente como *Canal A*. Durante los primeros años solo emitía para Bogotá, pero entre finales de la década de 1970 y comienzo de 1980 la señal se amplió a algunos departamentos del centro del país como Cundinamarca, Tolima y Boyacá. En 2001 ante la crisis de la TV pública, el *Canal A* deja de ser un canal por concesiones y se convierte en el canal del Congreso de la República, pasando a llamarse *Canal Institucional*.

Presidente Liberal Alfonso López (1974-1978) el Ministerio de Comunicaciones presentó al congreso un proyecto de Ley para privatizar la propiedad de los canales e implantar la televisión a colores (FOX, 1981, VIZCAÍNO, 2005). Dentro del proceso privatizador se apelaba a la necesidad de descentralización de la producción televisiva nacional, por lo que se proponían más canales para que los anunciantes y productoras pudieran llegar a públicos de todas las regiones y no únicamente a los de Bogotá.

Sin embargo, este enfoque de descentralización no estaba preocupado por ampliar el servicio de televisión a la ciudadanía, sino ampliar el mercado para las programadoras y anunciantes, por lo tanto era un proyecto que buscaba estimular el mercado de la televisión, pero no mejorar la prestación del servicio.

Durante la discusión de dicho Proyecto de Ley la bancada de senadores conservadores se opuso a la libertad de canales, ya que iría en detrimento del servicio público. Además argumentaron que el país tenía problemas más urgentes que la televisión, como hospitales, construcción de carreteras o ampliación de la red eléctrica en zonas rurales. Así, luego de dos meses de discusión el proyecto fue derrotado en la Comisión Sexta del Senado (GARZÓN, 2015).

A pesar de no prosperar, ese Proyecto de Ley sentó un precedente para las posteriores discusiones sobre el manejo de la televisión en el país, ya que asuntos como la gubernamentalización de la televisión y la descentralización se convertirían en temas de debate en las siguientes campañas presidenciales.

Reconociendo la centralidad de la televisión, no solo para el ejercicio de la política, sino para la construcción de opinión pública y reconocimiento entre los colombianos todos los partidos políticos inmiscuidos en la campaña de 1982 ingresaron a la discusión sobre la televisión; por tanto, además del partido Conservador, el Liberalismo oficial, el Nuevo Liberalismo, y hasta el Partido Comunista Colombiano presentaron documentos para reformular la políticas de televisión en Colombia (SENADO DE LA REPÚBLICA, 1987), en ese contexto “el tema entraría a formar parte del debate político nacional hasta llegar a ser punto de discusión en la campaña presidencial de 1982, en la que fueron protagonistas [...] Luis Carlos Galán, Alfonso López Michelsen y Belisario Betancur” (GARCÍA, 2011, p. 68).

Finalmente la presidencia la gana el conservador Belisario Betancur oriundo del departamento de Antioquia; lo cual sin duda afectará las decisiones sobre la transformación de la televisión nacional.

El gobierno de Belisario Betancur, llamado de Apertura Democrática, prometió en su campaña política entregarle la televisión a la comunidad. Es el escenario que, en parte, explica la expedición de la Ley 42 de 1985. Esta es la primera Ley de Televisión que adopta el poder legislativo en el país, después de haber transcurrido treinta años de inauguración del servicio de televisión en Colombia (1954-1984), treinta años en que la televisión estuvo legal y formalmente bajo la regulación y control del poder ejecutivo nacional. (GARZÓN, 2015, p. 260)

De esa forma el periodo transcurrido entre 1982 y 1986 trajo importantes cambios en el manejo de la TV colombiana, entre los que vale destacar la forma en la que se tomaban decisiones sobre ella; pues luego de treinta años de una TV dependiente del poder ejecutivo, la televisión pasó a depender del legislativo y de un Consejo Nacional de Televisión autorizado por la Ley 42 de 1985 con el que se buscó involucrar nuevos actores en la toma de decisiones sobre la televisión, lo que sin duda, impactó la forma de manejar, regular y pensar la televisión en el país; sin embargo, “los buenos propósitos manifestados por el Gobierno de Belisario Betancur, en el sentido de entregarle el control de la televisión a la comunidad, pronto se vieron cuestionados tanto en forma abierta como de manera velada” (GARZÓN, 2015, p. 289).

La promulgación de la Ley 42 de 1985 “Por la cual se transforma el Instituto Nacional de Radio y Televisión en una entidad asociativa de carácter especial y se dictan otras disposiciones”; fue uno de los grandes logros que en materia de televisión que se alcanzó en el mandato de Betancur, ya que esta Ley abordó aspectos neurálgicos en el manejo de la TV Colombiana, entre los que se destaca la creación del mencionado Consejo Nacional de Televisión, pues en el Capítulo II de los “Órganos de Dirección y Administración”, el artículo 8 expuso: “La dirección de Instituto Nacional de Radio y Televisión estará a cargo del Consejo Nacional de Televisión y de un Director, quien será su representante legal”. Dicho Consejo estaría conformado por: el Ministro de Comunicaciones, un representante del Presidente de la República, el Director del Instituto Colombiano de Cultura, un representante de los periodistas, un representante designado por las Academias Colombiana de la Lengua y de Historia, un representante designado por los Decanos de las Facultades de Comunicación Social, Un representante de exdirectores de Inravisión.

Dentro de las funciones del Consejo Nacional de Televisión, además de formular las políticas del sector, estaba “Reglamentar lo relativo a la puesta en marcha y funcionamiento de los canales regionales dentro de los objetivos de la presente Ley” (COLOMBIA. Ley 42 de 1985, Artículo 13, literal C).

De esta manera inicia un periodo de transformaciones en la televisión colombiana, por eso la década de 1980 es un periodo álgido en la discusión sobre la televisión, no solo por los debates generados a partir de los canales regionales o por la gubernamentalización del medio, sino también por su influencia en la construcción de opinión pública en un contexto social y político a través de la violencia de los grupos alzados en armas y por la visibilidad que comienza a ganar el terrorismo promovido por el narcotráfico, de ahí que se realizan diferentes foros y encuentros en los que el gobierno, periodistas, académicos y otros sectores plantean sus posiciones frente al estado y futuro de la televisión colombiana (DE LA TORRE, 1985; CIRCULO DE PERIODISTA DE BOGOTÁ, 1986; VV. AA. 1988).

### **3.2. Descentralización de la televisión pública**

El primer canal regional en entrar en funcionamiento fue *Teleantioquia*, que el 11 de agosto de 1985 realizó su primera emisión amparado por los decretos 3100 y 3101 de 1984 firmados por el presidente de la República Belisario Betancur. Paralelamente a esos decretos, el entonces Ministerio de Comunicaciones, hoy Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MINTIC), tramitaba en el congreso un Proyecto de Ley que pretendía crear un Nuevo Estatuto para la televisión. Dicho proyecto busca reestructurar Inravisión y desgubernamentalizar el manejo de la TV nacional para orientarla realmente al servicio público, blindándola de la intervención y control político bajo el que había estado sometida desde su inauguración (GARZÓN, 2015).

Como resultado de la propuesta del Ministerio, el Congreso de la República aprobó la Ley 42 de 1985, la cual además de reorganizar las funciones de Inravisión daba impulso a la creación de canales públicos regionales.

Si bien la autorización de los canales públicos en las regiones fue un triunfo de aquellos departamentos que lucharon durante años para lograr su implementación, la firma de las Leyes y la inauguración de los canales no significaron el fin de esa lucha, pues luego de entrar en funcionamiento la televisión regional debió emprender otras batallas contra los múltiples opositores del proyecto descentralizador de la TV.



Por tal motivo, el 11 de agosto de 1985 es importante no solo porque ese día realizó su primera transmisión *Teleantioquia*, sino porque esa fecha se constituyó en un avance en la democratización de las comunicaciones y transformación del paisaje televisivo del país, así lo reconocieron en su momento el presidente de la república y la ministra de comunicaciones: “Como una independencia del centralismo voraz calificaron el presidente Belisario Betancur y la ministra de comunicaciones, Nohemí Sanín Posada, la inauguración del canal regional *Teleantioquia*”. (ANTIOQUIA celebró doble independencia, 1985)

Para que se dieran estos cambios hubo que superar diferentes obstáculos, pues los impulsores y defensores de los canales regionales tuvieron que enfrentar muchos oponentes: Presidentes de la República que se oponían a la descentralización de la televisión; Ministros de Comunicaciones que torpedeaban los proyectos e iniciativas regionales; funcionarios de Inravisión que sabotaban las transmisiones; dueños de programadoras que intentaron todo lo posible para que no hubiesen canales regionales; hasta poderes locales que veían en la televisión un producto innecesario para sus regiones.

Sin duda, una de las mayores oposiciones la ejercieron las empresas programadoras de los canales nacionales, quienes nunca estuvieron de acuerdo con la TV regional, pues las consideraban una competencia que afectaría el mercado audiovisual del país. Por tal razón, una de las grandes discusiones en torno a los canales regionales, se dio en lo relacionado a sus contenidos y programación, pues había quienes decían que al ser canales vinculados al Estado, estos no podían emitir contenidos comerciales, sino una programación netamente educativa y cultural como había quedado plasmado en los decretos presidenciales de 1984, de lo contrario estos canales se convertirían en competencia para las cadenas públicas comerciales en las que se licitaban los espacios.

De ahí que una de las grandes paradojas del nacimiento de la televisión regional, sea la oposición de las programadoras privadas de los canales públicos nacionales, posición liderada por Fernando Gómez Agudelo presidente de *RTI* y asociado con Fernando Restrepo el segundo director de la oficina de Televisión y Radiodifusora Nacional. Es decir, personajes que impulsaron la llegada de la televisión pública al país, pero que una vez en el sector privado utilizaron sus conocimientos para usufructuar el servicio e impedir la entrada de nuevos competidores y la ampliación del servicio público. *RTI* era una de las mayores programadoras, en algunas licitaciones alcanzó a tener más del 50% de la programación en la cadena nacional (INRAVISIÓN, 1994).

Fernando Gómez Agudelo, el “héroe” que trajo la TV a Colombia y que luego fundó una de las programadoras más importantes durante el funcionamiento del modelo mixto, se opuso tajantemente a la puesta en marcha de la TV regional. Es decir, la persona que puso a funcionar la TV nacional, una vez ubicada en el sector privado que explotaba comercial los canales públicos nacionales se opuso al desarrollo de la TV en el ámbito regional.

Las programadoras privadas, encabezadas por *Caracol*, *Punch* y *RTI* constantemente deslegitimaban la televisión regional, acusaban al Estado de improvisación y de brindarles demasiada autonomía, lo cual iba en contra del excesivo control que el Estado imponía sobre ellos a la hora de programar en los canales nacionales; por ello, cuando entró en funcionamiento *Teleantioquia* “El presidente de *RTI*, Fernando Gómez Agudelo, sostuvo que es un paso muy importante “siempre y cuando sean culturales. Si incluyen televisión similar a la de los canales nacionales serían una competencia para los mismos” (CONTRERAS & VARGAS, 1985).

Por estos motivos cuando a través de los decretos 3100 y 3101 de 1984 se autorizan los canales regionales, estos solo podían emitir contenidos educativos y culturales, tenían prohibida la comercialización de su programación. “Desde un principio, el gobierno manifestó que los canales regionales no tendrían anuncios publicitarios, sólo patrocinios, entendidos estos en la legislación de Inravisión como la mención del producto o de la marca, sin presentar sus características y bondades” (CASTAÑO, 1985, p. 144).

En ese panorama durante sus primeros meses de funcionamiento *Teleantioquia* enfrentó todo tipo de dificultades, desde falta de espacios y equipos adecuados para el funcionamiento, fallas en la señal, limitaciones de personal técnico y profesional, escasez de programas para llenar los horarios de programación, dificultades administrativas y financieras por el desconocimiento en el manejo de un medio audiovisual, entre muchas otras. Dificultades que sirvieron de excusa y argumento para los opositores de la TV regional, quienes celebraban cada tropiezo de *Teleantioquia*. Tulio Ángel presidente de la Asociación Colombiana de Medios (Asomedios) “denunció que en *Teleantioquia* no se están respetando los acuerdos sobre anuncios publicitarios, dijo que se está haciendo competencia desleal a las programadoras”. (TELEANTIOQUIA es un fracaso: Asomedios, 1985)

Por eso se escuchaban voces en el ámbito local, regional y nacional que manifestaban que lo mejor era cerrar el canal y buscar otras estrategias para llevar televisión a las regiones, o

generar nuevas políticas que lo hicieran posible de una forma mucho más planificada (CÍRCULO DE PERIODISTAS DE BOGOTÁ, 1986).

Pero como para 1986 aún estaba en el poder el gobierno que había autorizado la TV regional y que no quería ver fracasar dicha iniciativa, un mes antes del cambio de gobierno el Ministerio de Comunicaciones lanzó una ayuda al canal y a los que estaban próximos a entrar en funcionamiento, pues a través de la Resolución 2683 del 4 de Julio de 1986 autorizó la comercialización de la programación en estos canales. “La amenaza de quiebra de *Teleantioquia* por las limitaciones financieras y la dinámica de participación del sector privado, llevaron rápidamente al replanteamiento del régimen de televisión regional hacia un sistema mixto” (ABELLO, 1994, p. 467). Esta resolución hacía parte de las estrategias que los interesados en defender la TV pública en las regiones buscaban para sacarlos adelante (LALINDE, 1985).

No obstante, las críticas no cesaban, y una vez se da el cambio de Presidente en el país (Agosto de 1986), el gobierno entrante presentó propuestas para reglamentar el funcionamiento de los nuevos canales, es así que el gobierno del Presidente Virgilio Barco (1896-1990) y otros sectores involucrados en la discusión propusieron que la cadena 3<sup>25</sup>, para la época el canal Educativo y Cultural que operaba Inravisión, hoy transformado en Señal Colombia (ARENAS, 2015; INRAVISIÓN, 1994), se uniera con los canales regionales para que compartieran la programación.

La idea planteaba que hasta las seis de la tarde los contenidos de la cadena 3 se emitieran por todos los canales regionales, y que de las seis en adelante cada canal regional se desconectara de la señal y emitiera su propia programación. El Ministro de la época, Edmundo López Gómez afirmaba:

[...] el gobierno lo considera razonable, que la Cadena Tres opere regularmente con su programación cultural hasta las seis de la tarde, hora que el canal regional se desencadenaría para emitir su propia programación [...] debemos ser conscientes que los costos de operación no hacen posible que cada departamento pueda establecer su propio canal. (LÓPEZ, 1986, p. 16)

---

<sup>25</sup> La Cadena 3 fue inaugurada el 9 de febrero de 1970 con la intención de emitir programas educativos y culturales ya que las cadenas comerciales había dejado de lado estos temas. Se planteó como un canal para la educación popular administrado por Inravisión a través del Fondo de Capacitación Popular. Durante los primeros años la señal del canal 3 solo cubría el área de Bogotá y Municipios aledaños, paulatinamente se fue ampliando a otros departamentos del centro del país (INRAVISIÓN, 1994). En diferentes momentos se propuso la comercialización del Canal 3; sin embargo, esto nunca sucedió.

Es decir, se proponía que el canal fuera nacional hasta determinada hora y de ahí en adelante regional. Con esto se buscaba minimizar los gastos de funcionamiento de los canales regionales, pero sobretodo limitar su participación en el mercado publicitario y evitar la competencia con las programadoras de la señal nacional. Una nota de prensa de la época argumentaba:

La propuesta referente a los canales regionales busca que estos, que han sido hasta ahora un fracaso financiero y que le han costado sólo a Inravisión más de 250 millones de pesos, sean integrados a la programación cultural y educativa de la cadena tres, de tal modo que esta emitiría sus espacios hasta las seis o siete de la noche y a partir de ese momento, cada canal regional podría cortar con la red nacional y emitir una, dos o tres horas de programación regional, según su capacidad.” (EL Memorando secreto, 1986)

En dicha propuesta cada canal regional podría comercializar sus espacios en esos horarios. Estos argumentos apelaban a que los contenidos de la televisión regional debían ser netamente culturales, y además consideraban que este tipo de encadenamiento entre el canal 3 y los regionales contribuiría a la integración nacional a la que la televisión colombiana le había apuntado desde sus inicios.

No obstante, la propuesta de vincular los canales regionales con la cadena 3 también presentaba dificultades técnicas, pues para mediados de los años 80 la cobertura de la cadena educativa y cultural se limitaba a la ciudad de Bogotá y unos pocos departamentos del centro del país, en consecuencia “a pesar que la cadena 3 cumple una función educativa y cultural no puede mostrar un impacto significativo en sus 17 años de operación, debido a su limitado alcance en materia de cobertura, y a las severas restricciones presupuestales, técnicas y de recursos humanos” (CASTAÑO, 1985, p. 142). Todavía a comienzos de la década de 1990 la cadena 3 tenía una cobertura limitada, como lo recuerda Roy Marín: “la cadena 3, era un canal local, porque ese canal cultural vino a ser expandido en los años 90, hasta los 90 ese canal no llegaba a muchas partes, que era la filosofía de la televisión pública. (MARÍN, entrevista concedida a Diego García, abril 2015). Por tanto, la idea de vincular los canales regionales a la cadena 3 no era tan real como se afirmaba, pues aún un lustro después de inaugurados los canales regionales la cadena educativa y cultural no llegaba a buena parte del país.

La viabilidad económica de los canales regionales siempre fue una preocupación, así lo evidencia la discusión que se dio entre el gobierno nacional, programadoras privadas y canales regionales cuando entró en funcionamiento *Teleantioquia* pues los encargados de la

TV regional exigían que se les permitiera comercializar su programación; en tanto, los programadores afirmaban que eso no era posible pues perderían su orientación educativa y cultural. El aspecto financiero reaparece cada tanto, ya que cuando en 1995 entró en funcionamiento la CNTV se creyó que no habría más dinero para la TV pública, lo mismo sucedió cuando esta se liquidó y apareció la ANTV, y vuelve y se discute en la nuevas políticas que buscan regular la TDT y el nuevo ecosistema mediático.

**Tabla 5. Canales públicos regionales estudiados**

CANAL	INAUGURACIÓN	ENTIDADES ASOCIADAS	COBERTURA
	11 agosto 1985	Departamento de Antioquia. Instituto para el Desarrollo de Antioquia. EDATEL E.S.P. Municipio de Medellín. Ministerio de las Tecnologías y las Comunicaciones.	Departamento de Antioquia
	28 abril 1986	Departamento del Atlántico. Departamento de Bolívar. Departamento Cesar. Departamento Córdoba. Departamento La Guajira. Departamento Magdalena. Departamento Sucre. Alcaldía de Barranquilla. Ministerio de las Tecnologías y las Comunicaciones.	Departamentos: Atlántico Bolívar Cesar Córdoba La Guajira Magdalena Sucre
	3 de julio 1988	Instituto Financiero para el Desarrollo del Valle. Departamento del Valle del Cauca. Ministerio de las Tecnologías y las Comunicaciones.	Departamentos: Valle del Cauca Cauca Chocó Nariño

### 3.3. Estructura de los canales regionales

Si bien la Ley de 1985 oficializa la creación de los canales regionales, dicha Ley dejó a la deriva muchos aspectos de su funcionamiento, dado que a través de ella únicamente se facultó a Inravisión y al recién establecido Consejo Nacional de Televisión a crear, en asocio con entidades públicas descentralizadas, canales regionales; por eso en el literal c) del artículo 13 que habla de las funciones del Consejo Nacional de Televisión se lee: “Reglamentar lo relativo a la puesta en marcha y funcionamiento de los canales regionales dentro de los objetivos de la presente Ley” (COLOMBIA. Ley 42, 1985) A pesar de lo anterior, su creación nunca se reglamentó, motivo por el cual la puesta en marcha se dio bajo mucha improvisación, lo que le generó parte de las críticas que se han venido mencionando.

Pese a ello entre 1985 y 1988 entraron en funcionamiento tres canales: *Teleantioquia* (1985), *Telecaribe* (1986) y *Telepacífico* (1988), pertenecientes a las regiones política y económicamente más importantes y en las que Inravisión se asoció con entidades departamentales. La administración de estos canales recaía en un Consejo Directivo Regional de Televisión, que para el caso de *Teleantioquia*, que fue el primer canal, estuvo conformado

por la Ministra de Comunicaciones, el gobernador del Departamento, el director de Inravisión, el Secretario de Educación del Departamento, el gerente de la Empresas Departamentales de Antioquia (EDA), el rector de la Universidad de Antioquia y un catedrático de Comunicación diferente a esta universidad. Este Consejo Directivo era el encargado de definir los criterios para la asignación de la programación y de nombrar a los gerentes.

Ante las constantes críticas por la falta de reglamentación, desde el Ministerio de Comunicaciones se buscaban soluciones a la situación de los canales regionales, hasta se llegó a pensar en elaborar unos Estatutos que reglamentaran el manejo de los canales públicos y de esa forma menguar las críticas sobre su funcionamiento (HABRÁ estatuto de canales regionales de televisión, 1990). Dichos estatutos nunca se formularon, pero lo que si se gestó fue un nuevo Proyecto de Ley, el 144 de 1990 (DUQUE, 1990), que dará como resultado la Ley 14 de 1991 “Por la cual se dictan normas sobre el servicio de televisión y radiodifusión oficial”; con la que, entre otros asuntos, se definen los lineamientos en el manejo y administración de la TV regional<sup>26</sup> (COLOMBIA, LEY 14, 1991).

Inicialmente la Ley de 1991 intentó revertir algunos derechos otorgados a las regiones, ya que estos habían ganado autonomía frente al centralismo de la televisión. Si bien venían funcionando igual que el sistema mixto de la TV nacional eran autónomos para programar y ceder los derechos de emisión a empresas privadas, situación que incomodaba a los programadores nacionales. Por eso la primera versión de Ley 14 expuesta ante el Congreso tenía como fin recentralizar el manejo de la televisión pública, pues proponía, entre otras cosas, que los gerentes fueran nombrados por el presidente de la República y no por el Consejo Directivo Regional como se venía haciendo desde 1985. En la exposición de motivos que el Ministro de Comunicaciones de la época hizo ante el Congreso de la República, proponía:

La dirección y administración de las Organizaciones Regionales de Televisión estará a cargo de una Junta Administradora Regional. Presidida por el Ministro de Comunicaciones o su delegado, de un Consejo Regional de Televisión y de un gerente nombrado por el Presidente de la República (COLOMBIA. Proyecto de Ley 144, 1990, Artículo 23).

Durante su trámite en la Comisión V del Senado, este artículo fue reformado por considerar que iba en contra, no solo de la esencia de los canales regionales, sino del proceso

---

<sup>26</sup> Otro de los puntos que se modificó con la Ley 14 de 1991 fue que los canales pasaron a denominarse Organizaciones Regionales de Televisión, aunque cotidianamente se seguía haciendo referencia a ellos como Canales Regionales; por tanto, la definición dada por la Ley no dejó de ser una conceptualización técnica.

descentralizador que se venía dando en el país. Finalmente el artículo 25 de la Ley 14 de 1991 declaró:

La Dirección y Administración de las Organizaciones Regionales de Televisión estará a cargo de una Junta Administradora Regional, presidida por el Ministro de Comunicaciones o su delegado, de un Consejero Regional de Televisión y de un gerente nombrado por la Junta Administradora Regional (COLOMBIA. Ley 14, 1991).

Con esta Ley desapareció el Consejo Directivo Regional de Televisión y en su lugar se propuso la creación de una Junta Administradora<sup>27</sup>, en la cual podían participar además del Ministro de Comunicaciones y un representante de Inravisión, los socios del Canal; así entonces la junta administradora se constituyó en el órgano encargado de la dirección financiera, presupuestal y administrativa de los canales.

Con la Ley 14 de 1991 se buscó blindar los canales regionales de las críticas que buscaban acabarlos, aunque aspectos como los de su financiación seguirían siendo discutidos. Además de los tres canales mencionados hasta aquí, en los primeros años de la década de 1990 entró en funcionamiento un nuevo canal, *Telecafé*, en el que se unieron tres departamentos: Caldas, Quindío y Risaralda que conforman la región conocida como Eje Cafetero. Si bien el canal realizó su primera emisión el 17 de octubre 1992, este se había constituido como Sociedad en 1986 cuando Inravisión se asoció con las Empresas Públicas de Manizales con la intención de promover un canal para esta zona del país. Posteriormente se unirían los departamentos de Quindío y Risaralda. *Telecafé* sería el último de los canales en entrar en funcionamiento bajo el marco de las Leyes de 1985 y 1991, pues durante varios años se impidió la entrada de nuevos canales públicos regionales, la principal razón: financiación.

En el país solo serían aprobados nuevos canales regionales después de la Ley 182 de 1995 con la cual se creó la Comisión Nacional de Televisión (CNTV), el ente autónomo exigido por la Constitución Política de 1991, Ley que además creó el Fondo para el Desarrollo de la Televisión, con el que se buscaba respaldar el funcionamiento de la televisión pública en el país (CABALLERO, 1994, AUTORIDAD NACIONAL DE TELEVISIÓN, 2013). En su artículo 17 la Ley 182 de 1995 expuso:

De la promoción de la televisión pública. La Comisión Nacional de Televisión efectuará el recaudo de las sumas a tiene derecho y llevará su contabilidad detalladamente. Una vez hecha la reserva prevista en esta ley para absorber

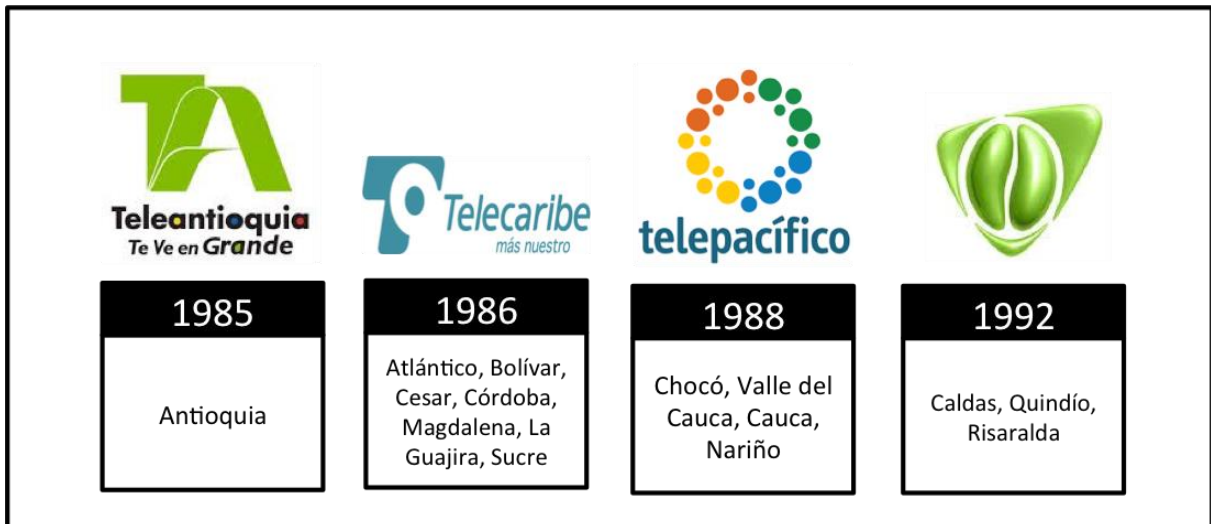
---

<sup>27</sup> Si bien la Junta Administradora quedó como máximo órgano administrativo de los canales regionales, también fueron creados los Consejos Regionales de Televisión que asesoraban a las Juntas en temas relacionados con la programación.

sus pérdidas eventuales, un porcentaje de las utilidades de cada ejercicio se depositará en un fondo denominado “fondo para el desarrollo de la televisión”, [...] adscrito y administrado por la comisión, el cual se invertirá prioritariamente en el fortalecimiento de los operadores públicos del servicio de televisión y en la programación cultural a cargo del Estado, con el propósito de garantizar el pluralismo informativo, la competencia, la inexistencia de prácticas monopolísticas en el uso del espectro electromagnético utilizado para el servicio de televisión y la prestación eficiente de dicho servicio. (COLOMBIA, Ley 182 de 1995, p. 11)

Bajo la nueva Ley entre 1996 y 2004 aparecieron cuatro nuevos canales regionales. Canal TRO en el que se asociaron los departamentos del oriente colombiano, Santander y Norte de Santander; Canal Capital, correspondiente a la capital del país; TV Andina, una propuesta en la que se vincularon nueve departamentos: Boyacá, Caquetá, Casanare, Cundinamarca, Putumayo, Huila, Meta, Tolima y Guaviare<sup>28</sup>; y finalmente *Teleislas*, canal correspondiente a las Islas de San Andrés, Providencia y Santa Catalina.

**Imagen 1. Canales regionales aprobados bajo Ley 42 de 1985**



<sup>28</sup> Tras tres años de funcionamiento, que coincidieron con los primeros años de la televisión privada en Colombia, TV Andina afrontó una crisis económica que la tuvo cerca de su liquidación. Si bien los factores económicos fueron esenciales para la crisis de TV Andina, sus dificultades también estuvieron asociadas a que el canal quiso congregarse una serie de departamentos que no se conciben así mismos como región y con características culturales, sociales y políticas muy diferentes, en consecuencia el canal nunca logró ser identificado como un canal regional para los departamentos vinculados. Luego de un estudio económico TV Andina se transformó en Canal 13, direccionando su programación hacia la población juvenil. Ver: DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN (DNP). (2005). *Estudio de Caso: Análisis de la Televisión Regional en Colombia*. Bogotá: DNP.



**Imagen 2. Canales regionales aprobados bajo Ley 182 de 1995**



Con la aprobación de estos nuevos canales se buscaba consolidar el proceso de descentralización de la TV en Colombia, pues los canales regionales llegaban ya no para unir a la nación en torno a un discurso centrado en Bogotá, sino para ampliar los referentes para pensar la nación, una nación que llevaba casi un siglo constituyéndose desde la capital de la república y que por lo menos desde lo mediático había desconocido la diversidad de regiones, acentos, culturas y costumbres del país.

Cada canal posee una particularidades que las diferencia de los demás, por eso si bien este trabajo busca realizar un análisis que englobe e integre de forma complementaria la historia de la televisión regional en Colombia, es necesario realizar una descripción de las singularidades de estos canales, pues cada región vivió su proceso de forma diferenciada, procesos que no se puede homologar.

### **3.3.1. Sociedad de Televisión de Antioquia (Teleantioquia)**

Antioquia se puede considerar como el departamento que con mayor fuerza abogó por la TV regional, pues como se mostró con anterioridad, desde comienzos de la década de 1970 venía solicitando al gobierno nacional la autorización para poner un canal de televisión en esta zona del país. En ese contexto cuando llega a la presidencia de la República el antioqueño Belisario Betancur, el gobernador Alberto Vásquez Restrepo ve una oportunidad solicitar nuevamente un canal para el departamento; es así entonces que Vásquez Restrepo conformó un comité para que elaboraran un documento jurídico y económico en el que se analizara la

creación de un canal regional<sup>29</sup>, dicho informe se tituló “Estudio para la implantación de un Canal Regional de televisión cultural para el departamento de Antioquia” (MEJÍA, 2010). El documento fue entregado a la entonces Ministra de Comunicaciones y sirvió como insumo para los decretos 3100 y 3101 de 1984 con el que se autorizó la creación de la televisión regional<sup>30</sup>.

Con el marco legal de los decretos de 1984, el 16 de enero de 1985; es decir, antes de promulgada la Ley 42 de 1985, por medio de escritura pública se creó la Sociedad de Televisión de Antioquia Ltda. (Teleantioquia) en la que se asociaron las Empresas Departamentales de Antioquia e Inravisión, cada uno con el 50% de participación. Como primera gerente fue nombrada Beatriz María Arango que venía desempeñándose como Secretaria General de la Gobernación de Antioquia. Un par de meses después es nombrado gerente, por el recién creado Consejo Directivo Regional de Televisión (Ley 42, 1985), Jorge Posada Greiffenstein, un ingeniero industrial que había participado en la fundación de la Universidad Eafit y de larga trayectoria en Fabricato, una importante empresa de textiles de la región.

Bajo la gerencia de Posada Greiffenstein *Teleantioquia* realizó su primera emisión el 11 de agosto de 1985 para conmemorar los 172 años de independencia de Antioquia. La puesta en marcha del canal tuvo una inversión aproximada de 100 millones de pesos, de los cuales Inravisión aportó el 50% y el departamento a través de las Empresas Departamentales de Antioquia (EDA) el otro 50%. La primera sede el canal fue en la cinemateca *El subterráneo* ubicada en el barrio El Poblado de Medellín, la cual tuvo que ser adecuada como estudio de televisión en 20 días.

*Teleantioquia* nació con el compromiso de producir y emitir contenidos educativos, culturales e informativos para todo el departamento de Antioquia, lo cual lo diferenciará de

---

<sup>29</sup> El comité se creó a través del decreto 1467 de 1984 emitido por la Gobernación de Antioquia y estuvo conformado por funcionarios de la gobernación y por personas naturales invitadas especialmente para el proyecto: El gobernador del Departamento, Alcalde de Medellín, Director de Inravisión o su delegado, Secretario de Educación, Rector Universidad de Antioquia, Gerente de Empresas Departamentales de Antioquia, Cámara de Comercio de Medellín; además de Darío Arismendi Posada, periodista de la región y fundador del periódico local *El Mundo*; José Samuel Arango, periodista y columnista del periódico local *El Colombiano*; Darío Uribe Aristizabal, Jorge Humberto Botero, abogado y politólogo con reconocida trayectoria en empresas del sector público y Luis González Gómez.

<sup>30</sup> Desde la Universidad pública del departamento, la Universidad de Antioquia, también se venía proponiendo la creación de una canal de televisión para apoyar los procesos de educación a distancia de esta y otras entidades educativas; por lo tanto, desde la Facultad de Ingeniería se presentó un plan para usar la televisión como herramienta de educación a distancia en diferentes zonas del departamento. Ver LEÓN, Guillermo; MAYA, Rodrigo. Plan general de televisión para Antioquia. **Revista Facultad de Ingeniería**, 1, (1), 1984, p. 17-26.

*Telepacífico* y *Telecaribe* que deben emitir contenidos para más de un departamento. Al ser la primera experiencia de televisión regional, el primer año de *Teleantioquia* no fue fácil, durante los primeros 12 meses cambió cuatro veces de gerente (Jorge Posada Greiffestein, Clara Patricia Restrepo, Reinaldo Arroyave, Héctor Uribe Vásquez) y estuvo cerca de su liquidación por falta de recursos, como bien lo resaltó Marta Cecilia Rivera miembro de la Cooperativa de Periodistas de Colombia (Coopercol)<sup>31</sup> y vinculada al primer informativo del canal:

Quienes han manejado el Canal no saben de empresas de comunicaciones, no saben lo que es la comunicación televisiva, viven sentados en las sillas de los temblores por el temor a la crítica, miedo comprensible por la falta de vigor de su conocimiento del medio que temerariamente decidieron manejar. (RIVERA, 1985, p. 43)

*Teleantioquia* inició con 25 horas semanales, durante los primeros meses contrató la producción con terceros. Dado que durante esta primera etapa la comercialización y la publicidad no estaban permitidas el canal pagaba la producción y emisión de los programas; igualmente parte de la programación era cubierta con contenidos donados por las Embajadas y con programas de la Cadena 3 que gestionaba Inravisión. Ante la imposibilidad de comercializar su programación y los altos costos en la producción y emisión, *Teleantioquia* recurrió a enlatados extranjeros para cubrir parte de las horas de programación.

Los primeros noticieros pertenecían a los periodistas y eran entregados a Coopercol, que manejó el *Informativo de la Montaña*, luego *Informativo de Antioquia*, durante 15 años. No obstante, como la Ley 182 de 1995 reguló la entrega de noticieros y programas informativos a través de licitaciones, en el año 2000 *Teleantioquia* declaró desierta la licitación, motivo por el cual desde ese año el canal asumió la dirección del noticiero. Lo que lo constituyó en un noticiero de corte oficialista (ver capítulo V. Apartado 5.2.2. Presión a periodistas y programas).

Cuando en 1986 el Ministerio de Comunicaciones autorizó la comercialización de la programación en los canales regionales, estos comienzan a operar igual que el modelo mixto de la Tv nacional<sup>32</sup>; es así que parte de la programación de *Teleantioquia* comienza a ser

---

<sup>31</sup> Coopercol puede ser considerada la primera programadora regional del país, pues nació casi que al mismo tiempo que *Teleantioquia*. La Cooperativa de periodistas se creó en Medellín pero con vocación nacional pues se asociaron periodistas de diferentes regiones. El primer programa que produjeron para el canal regional fue el *Informativo de la Montaña*, que más tarde se llamó el *Informativo de Antioquia*, aunque también elaboró otro tipo de contenidos.

<sup>32</sup> La comercialización de los canales regionales posibilitó la aparición de programadoras provenientes de diferentes sectores, pues a diferencia de los canales nacionales donde casi la totalidad pertenecían a empresarios

elaborada por empresas programadoras regionales, estimulando la industria audiovisual de la región<sup>33</sup>. Para 1991 *Teleantioquia* emitía 60 horas semanales, de las cuales el 60% correspondía a producción regional, 35% extranjera y 5% nacional (INRAVISIÓN, 1994).

**Tabla 6. Empresas contratistas de programación de Teleantioquia en 1994**

Número	Nombre Programadora
1	Maya Televisión
2	Teleproducciones
3	Iris Producciones
4	Ecovisa Televisión
5	Coopercol
6	Dual TV
7	TV Cámaras
8	Fusión Arte Comunicación
9	Comfama TV
10	Procanales TV
11	Imágenes Producciones
12	Producciones Cosmovisión
13	Producciones Mundo
14	U.P.B. Televisión
15	Radio Televisión y Medios

**Fuente:** Inravisión 1994

En 1995 *Teleantioquia* emitía 96 horas semanales. Paulatinamente la producción regional iría aumentando y para el año 2005 cerca del 85% de la programación correspondía a producción regional. En 2006, o sea, dos décadas después de entrar en funcionamiento *Teleantioquia* ya emitía las 24 horas (ARANGO, 2010).

La sede de *Teleantioquia* está en la ciudad de Medellín, capital departamental y centro financiero y político de Antioquia, por eso los primeros meses de emisión su señal solo alcanzó el área metropolitana en la que además de Medellín se encuentran los municipios de Envigado, Itagüí, Sabaneta y Bello. A pesar de ello, desde los primeros años *Teleantioquia* se propuso cubrir con su señal a todo el departamento<sup>34</sup>.

---

dedicados al negocio de la televisión, en el ámbito regional sectores educativos y solidarios crearon programadoras con un enfoque social y cultural más claro; es así como instituciones de educación superior como la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín creó U.P.B Televisión; la Universidad Autónoma del Caribe Uniautónoma TV, y la Universidad del Valle U.V. TV. También hubo programadoras creadas por Cooperativas como Coopercol en Medellín y fundaciones como Procívica TV en Cali. Ver ABELLO, Jaime. (1994). La televisión regional en Colombia: Filosofía, realizaciones y perspectivas. In: INRAVISIÓN. **Historia de una travesía: cuarenta años de la televisión en Colombia**. Bogotá, 1994

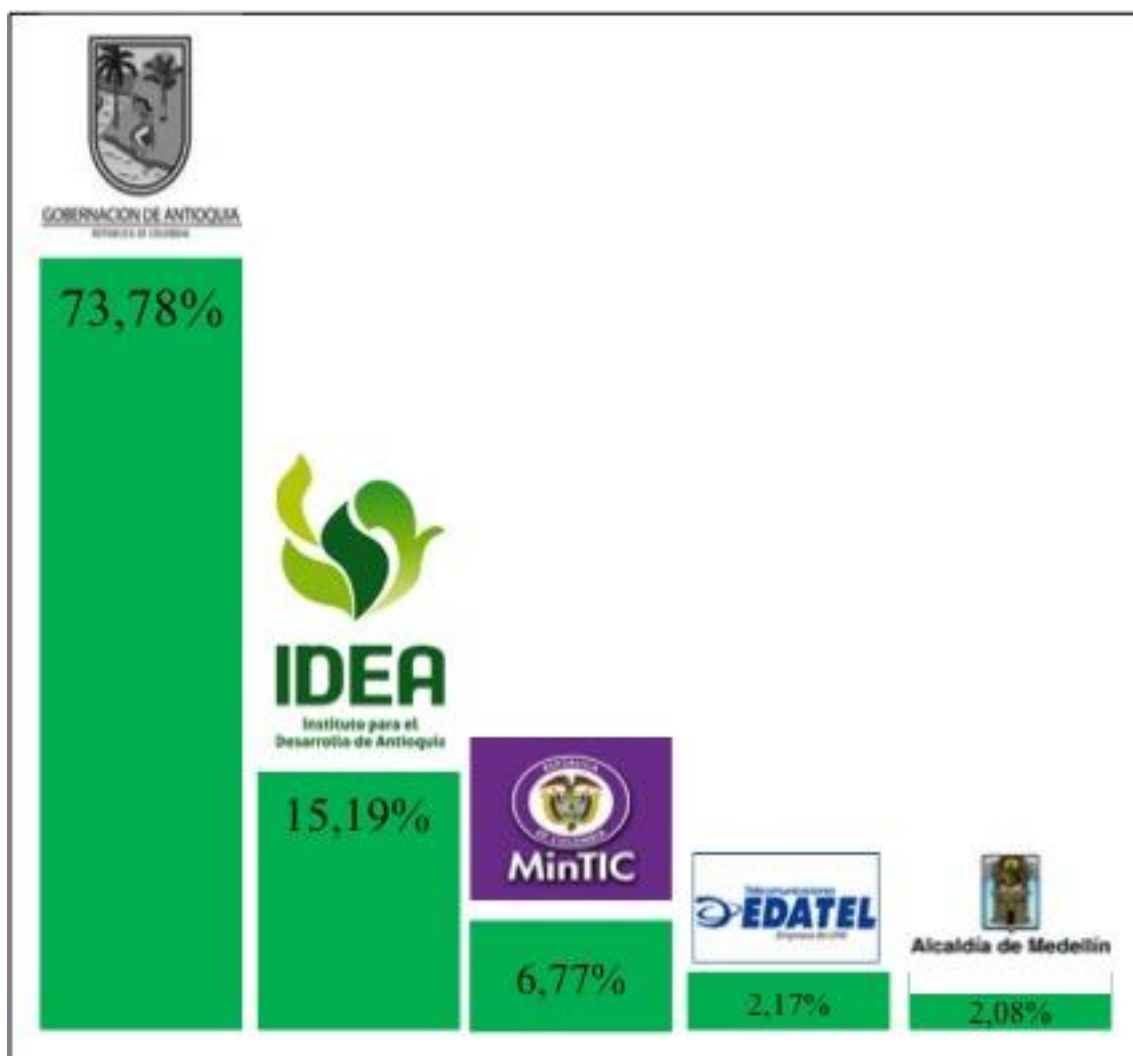
<sup>33</sup> Desde que se aprobó la comercialización de la televisión regional, se prohibió a las programadoras que licitaban en los canales públicos nacionales participar en la programación de los canales regionales. Esto con la intención de estimular la industria audiovisual regional.

<sup>34</sup> El departamento de Antioquia está dividido en nueve subregiones correspondientes a diferentes zona geográficas, estas son: Bajo Cauca, Magdalena Medio, Nordeste, Norte, Occidente, Oriente, Suroeste, Urabá, Valle de Aburra.

En 1994 ya cubría el 81% de los municipios de Antioquia (FINDETER, 1994) y al finalizar la década ya se había extendiendo a todo el departamento hasta llegar a los 125 municipios.

Los primeros socios del canal fueron Inravisión y las Empresas Departamentales de Antioquia; posteriormente se unirían el Municipio de Medellín (1987), el Instituto para el Desarrollo de Antioquia (IDEA) (1988) y el Departamento de Antioquia (1990) (GRAJALES, 2007), por eso en la actualidad el canal cuenta con los siguientes socios (Imagen 3).

**Imagen 3. Socios canal regional Teleantioquia**



Como se aprecia en la Imagen, *Teleantioquia* posee cinco socios, todos pertenecientes al sector público: La gobernación de Antioquia, El Instituto para el desarrollo de Antioquia (IDEA) que “es un establecimiento público de fomento y desarrollo, cuyo objeto principal es cooperar en el fomento económico, cultural y social del departamento de Antioquia y sus municipios, mediante la prestación de servicios de crédito y garantía a favor de obras de servicio público” (<http://www.idea.gov.co>); El Ministerio de las Tecnologías de la

Información y la Comunicación (MINTIC); EDATEL S.A. E.S.P. empresa departamental que desde 1933 presta servicio de comunicaciones en el departamento, como se describe en su portal web “somos una Empresa de Servicios Públicos constituida como sociedad anónima cuyo objeto social principal es la organización, administración y prestación de servicios de telecomunicaciones, Tecnologías de la Información y todas las actividades complementarias.” (<https://www.edatel.com.co>). El quinto socio es la alcaldía de Medellín.

El mayor porcentaje de participación lo tiene el Departamento (73,78%) lo cual influye directamente en las decisiones sobre el canal, pues según los estatutos «Las reformas estatutarias se aprobarán con el voto favorable de un número plural de asociados que represente, cuanto menos, el setenta por ciento (70%) de las cuotas en que se halle dividido el capital social [...] cada uno de los socios tendrá tantos votos cuantas cuotas posea» (Artículo 14), como se ve entonces, el mayor poder de decisión del canal lo tiene la gobernación de Antioquia. Además se debe considerar que el IDEA, el socio con el segundo porcentaje más alto de participación (15,19%), es una entidad pública adscrita a la gobernación del departamento, por tanto, su gerente es designado por el gobernador.

**Tabla 7. Conformación Junta Administradora Teleantioquia**

Miembros	Puestos
Gobernador de Antioquia o su delegado	1
Representante Legal del IDEA o su delegado	1
Alcalde de Medellín o su delegado	1
Representante de MINTIC	1
Representante de ANTV	1
Representante Legal de EDATEL o su delegado	1

La Junta Administradora está conformada por los socios del canal y por el representante de la ANTV; es decir, no participa ninguna otra persona o entidad sin vinculación a *Teleantioquia*; la participación en la Junta se da de acuerdo a los porcentajes sobre la propiedad del canal, es decir, que el Municipio de Medellín con tan solo el 2.08% no tiene el mismo poder de decisión que el Departamento de Antioquia que posee el 73.78%.

Como se mencionó, una característica de *Teleantioquia* que ha delineado su desarrollo y que lo ha diferenciado de otros canales regionales es que ha funcionado como canal departamental; es decir, que desde el comienzo se pensó como un canal para el departamento de Antioquia sin la pretensión de incluir o abarcar a otros departamentos, como sí lo hicieron *Telepacífico* y *Telecaribe*. De cierta forma esta situación ha favorecido el control y manejo

del canal, pues al depender de un solo departamento, el gobernador de Antioquia, no ha tenido que negociar con otros gobernadores las decisiones sobre el canal.

De acuerdo a los estudios de audiencia, en el departamento de Antioquia, *Teleantioquia* es el tercer canal más visto por los habitantes de la región, siendo superado únicamente por los privados Caracol y RCN (COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011). Además *Teleantioquia* tiene alta aceptación en la zona norte del departamento del Chocó, lo cual se explica por su cercanía geográfica.

Por las razones que se explicarán en el capítulo V, en la mayoría de canales los programas tienen un alto nivel de obsolescencia; es decir, permanecen poco tiempo al aire o en la parrilla de programación; no obstante, en *Teleantioquia* existen programas que han logrado mantenerse en el tiempo, principalmente por su valor simbólico para la cultural regional; tal es el caso de *Serenata*, un programa de música tradicional colombiana que desde 1996 emite los sábados en horas de la noche.

### **3.3.2. Sociedad Canal Regional de Televisión de la Costa Atlántica (Telecaribe)**

Después de la experiencia de *Teleantioquia* y de promulgada la Ley 42 de 1985 que delegaba al Consejo Nacional de Televisión la creación de nuevos canales regionales, se aprueba la aparición de *Telecaribe*. Así el 28 de abril de 1986 en la ciudad de Valledupar en el departamento del Cesar realizó su primera emisión el canal público de la región Caribe.

El gerente de Telecaribe José Jorge Dangond Castro dijo que con este canal regional estamos buscando la redención cultural que por tanto años hemos venido buscando la gente de la costa, en el sentido que necesitamos mostrarnos como somos, no seguir viendo una televisión que nos hacía sentir de otro país. (MCCAUSLAND, 1986, p. 6A)

La aprobación de *Telecaribe* se constituyó en una forma de legalizar una experiencia de canal local que desde 1985 venía realizando José Jorge Dangond en la ciudad de Valledupar, idea a la que posteriormente se unirían los demás departamentos de la región caribe colombiana (GARCÍA & HERRERA, 2011). En ese sentido este canal se constituiría en el primero en el que se asocian varios departamentos, siete en total: Atlántico, Bolívar, Cesar, Córdoba, La Guajira, Magdalena y Sucre; desde luego esto no fue una tarea sencilla, pues se reavivaron viejas disputas regionales por el control y manejo del naciente canal.

Finalmente todos los departamentos entraron en igualdad de condiciones y se definió como sede la ciudad de Barranquilla, capital del Atlántico, pero realizar la primera emisión en Valledupar y nombrar como primer gerente a un ciudadano de esta última ciudad.

En el nombramiento de los gerentes siempre se reviven disputas regionales, pues los gobernadores insisten en nombrar un gerente de su departamento; tanto así, que durante una época se pactó que cada departamento tendría un periodo para designar el gerente, es decir, que un gerente sería del Atlántico, el siguiente de Bolívar, el siguiente de Magdalena y así sucesivamente hasta que todos los departamentos hubiera disfrutado de la gerencia. Sin embargo, este criterio no se mantuvo pues se evidenció la preeminencia de intereses políticos sobre las necesidades del canal.

Cuando nació *Telecaribe*, los problemas de comercialización de *Teleantioquia* ya eran evidentes; por tanto, a los pocos meses de entrar en funcionamiento el canal de la región Caribe, el Ministerio de Comunicaciones aprobó la comercialización de los contenidos, por ende, la discusión de si debía ser o no comercializado había sido superada.

*Telecaribe* contó con el apoyo del Consejo de Planificación de la Costa Atlántica (CORPES) que dentro de su presupuesto incluyó rubros para construcción de la red de transmisores a lo largo de la región, razón por la cual el canal se extendió rápidamente por los departamentos de la región, incluso estableció centros de emisión en las principales ciudades de la costa, así “cada ciudad emite exclusivamente para su área de influencia un noticiero local de televisión y programas locales en una franja espacial para encadenar luego con la señal regional” (INRAVISIÓN, 2004, p. 365). Aspecto que lo diferencia de *Teleantioquia* y *Telepacífico* que solo tienen un centro de emisión.

Esta particularidad hizo funcionar a *Telecaribe* como una cadena, en el sentido original de la palabra, pues no era un simple canal que desde un lugar emitía hacia otras ciudades, sino que permitía que varias ciudades tuvieran sus propios centros de producción. El formato que mejor se adaptó a este modelo fueron los informativos, pues varias ciudades de las regiones comenzaron a elaborar su propio noticiero; por tanto, a determinadas horas del día, ciudades como Valledupar y Cartagena se desconectaban de la señal regional y presentaban su informativo con noticias locales. Así lo registró una noticia de la revista *Semana*:

Podría hablarse de cadena, y no de canal, debido a que Telecaribe pretende realizar desde los diferentes departamentos de la Costa, programas de índole



netamente local, sobre todo a nivel informativo. De esta manera, la programación puede contar con una franja en la que toda la región sintoniza los mismos programas, y otra franja en la que cada departamento cuenta con programación propia. (Telecaribe: Canal y cadena, 1988)

En los primeros meses el canal contaba con una programación de 6:00 a 9:30 p. m. Para 1991 *Telecaribe* emitía 69.5 horas semanales, de las cuales 71% correspondía a producción regional, y 29% extranjera (INRAVISIÓN, 1994). Por cercanía geográfica, buena parte de la programación extranjera eran telenovelas venezolanas, las cuales tenían amplia aceptación de la teleaudiencia caribeña. Igualmente, y a diferencia del resto del país, el caribe colombiano presenta una afición particular por el Beisbol, por tanto, por el canal regional también ha habido espacio para la transmisión de partidos de beisbol de las Grandes Ligas. En 1994 *Telecaribe* cubría el 72.2% de la región aproximadamente (FINDETER, 1994).

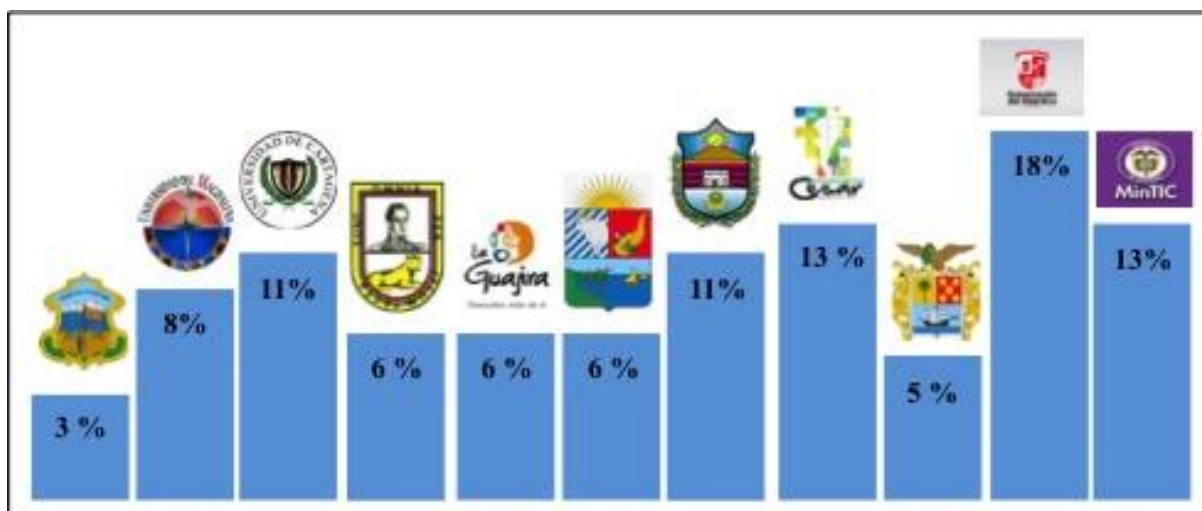
**Tabla 8. Empresas contratistas de programación de Telecaribe en 1994**

Número	Nombre Programadora
1	Televista
2	Mali Producciones
3	Olímpica TV
4	Uniautónoma TV
5	Star TV
6	Galeón TV
7	TV Guajira
8	Ingenios TV
9	Teleheraldo
10	C.V. Noticias
11	Karex TV
12	Cure TV
13	TV Valledupar
14	Telecosta
15	Producciones Campo TV

**Fuente:** Inravisión 1994

Como se explicó en otro momento “en su acta de Constitución (13 de Junio de 1985) aparecen como socios fundadores el Instituto Nacional de Radio y Televisión, la Universidad de Cartagena, Gobernación del Atlántico, Gobernación del Cesar, Gobernación de Córdoba, Gobernación de Sucre, Gobernación del Magdalena y Gobernación de La Guajira, quienes desde un inicio acordaron que cada departamento participará en igualdad de condiciones” (GARCÍA & HERRERA, 2011, p. 27). Posteriormente se vincularían la Gobernación de Bolívar, la Universidad del Magdalena y la Alcaldía de Barranquilla hasta completar los socios actuales.

**Imagen 4. Socios del canal regional Telecaribe**



De acuerdo a lo presentado en la Imagen 4, de los canales objeto de estudio, *Telecaribe* es el que posee el mayor número de socios, once (11) en total, ya que además de los siete departamentos, están vinculadas dos Universidades Públicas, la Alcaldía de Barranquilla y el MINTIC. Se debe destacar que las universidades publicas dependen de las gobernaciones; es decir, que los gobernadores departamentales participan en los Consejos Académicos de dichas Instituciones educativas, así ocurre en la Universidad de Cartagena (Departamento de Bolívar) y en la Universidad del Magdalena (Departamento del Magdalena); por ello, la participación de la Universidades en *Telecaribe* no es independiente de los poderes políticos.

Si bien el mayor porcentaje sobre la propiedad del canal lo tiene la Gobernación del Atlántico (18%), de acuerdo con los estatutos del canal, todos los socios participan en igualdad de condiciones en la toma de decisiones. La Junta Administradora de *Telecaribe* hace la veces de Junta de Socios, por eso en ella participan todas la entidades con capital además del representante de la ANTV.

**Tabla 9. Conformación Junta Administradora Telecaribe**

Miembros	Puestos
Gobernador del departamento del Atlántico o su delegado	1
Gobernador del departamento de Cesar o su delegado	1
Gobernador del departamento del Magdalena o su delegado	1
Gobernador del departamento de La Guajira o su delegado	1
Gobernador del departamento de Bolívar o su delegado	1
Gobernador del departamento de Córdoba o su delegado	1
Gobernador del departamento de Sucre o su delegado	1
Representante Legal Universidad de Cartagena o su delegado	1
Representante Legal Universidad del Magdalena o su delegado	1
Alcalde de Barranquilla o su delegado	1
Representante del MINTIC	1
Representante de ANTV	

Como se mencionó todos los socios tiene igual representatividad al interior del canal; sin embargo, se debe destacar que el poder político del representante legal de una institución de educación superior no es el mismo que el de un gobernador departamental; por estos motivos la participación en la Junta de todos los gobernadores de la región, hace que la deliberación que dentro de ella se da, tengan una fuerte carga política, puesto que cada gobernador busca aprovechar su influencia en el canal para intervenir en las decisiones sobre el mismo.

Si bien se ha argumentado que *Telecaribe* es un canal con vocación regional, a lo largo de su historia han quedado en evidencia las dificultades para integrar al Caribe. Cómo se mostró en el capítulo II, durante mucho tiempo las principales ciudades de la región se han disputado el control y poder regional; por tanto, el hecho que la sede del canal se haya ubicado en Barranquilla, principal polo económico y político, ha ocasionado una centralización en el manejo de canal regional. De ahí que popularmente *Telecaribe* se conozca como Telebarranquilla (CHICA, 2012; TELECARIBE no debe ser Telebarranquilla, 2012), pues la mayor parte de su programación e información se refiere a esta ciudad. (Ver Capítulo V. Apartado 5.2.4 Sobreexposición de gobernadores y políticos).

Al igual que *Teleantioquia* y *Telepacífico* los programas de mayor audiencia son los noticieros, por tanto, son los programas que más tiempo han permanecido en la parrilla de programación; sin embargo, otro de los programas de mayor reconocimiento es Trópicos, una serie documental que desde 1992 produce contenidos, que a través diferentes historias, paisajes y personajes representa la riqueza y diversidad de la región Caribe (DIAZ, 1992).

### 3.3.3. Sociedad Canal Regional de Televisión del Pacífico (Telepacífico)

*Telepacífico* fue el tercer canal regional en entrar en funcionamiento, por tanto, se nutrió de la experiencia de los canales que lo antecedieron.

Teleantioquia fue para nosotros un referente, además un referente de puertas abiertas, y eso hay que agradecerlo, Teleantioquia lo que ya había recorrido, el camino que ya había andado, lo entregó completo en información a *Telepacífico*, a sus gerentes, en el caso nuestro, cuando a mí me tocó de directora de producción, a la directora de producción, de programación, yo de verdad creo que Teleantioquia fue valiosísimo en ese sentido, Telecaribe también, además que Telecaribe igual que *Telepacífico* tuvo gerentes de primer nivel, que se estaban pensando la Televisión, no se estaban pensando el canal que gerenciaban, sino la Televisión [...]. (LATORRE, entrevista concedida a Diego García, 10 diciembre 2015)

Como canal público nació con la responsabilidad de producir y emitir información y programación cultural y educativa para los cuatro departamentos de la región pacífica colombiana: Chocó, Valle del Cauca, Cauca y Nariño.

La sede del canal está ubicada en Cali, capital del Valle del Cauca. Esta ciudad es considerada la capital de la región y principal polo de desarrollo de la misma. La ubicación de *Telepacífico* en Cali ha ocasionado, no solo un centralismo en la producción de los contenidos (GARCÍA, 2011), sino un control casi exclusivo de los políticos y gobernantes de la ciudad y el departamento del Valle, ya que los demás departamentos, por diferentes razones, no se han asociado al canal, por lo que no tienen participación en la dirección y control del mismo (ver capítulo V. Apartado 5.2.1. Nombramiento de gerentes y 5.2.3. Adjudicación de noticieros).

Cuando se presentó ante el Consejo Nacional de Televisión y Ministerio de Comunicaciones el deseo de abrir un canal en la región suroccidental del país, el nombre que se propuso fue Televalle pues el departamento del Valle fue quien presentó la propuesta; no obstante, para facilitar su aprobación debió adoptar una perspectiva regional y no exclusiva de un departamento, de ahí que finalmente se haya llamado *Telepacífico*. Sin embargo, con el pasar de los años ha quedado en evidencia que pese a nacer como canal regional, en la práctica *Telepacífico* es departamental, pues los gobiernos de los demás departamentos no tienen ningún tipo de participación sobre el canal.

*Telepacífico* realizó su primera emisión el 3 de julio de 1988. Si bien la sociedad promotora del canal se constituyó poco tiempo después de promulgada la Ley 42 de 1985, *Telepacífico* solo salió al aire años después con la intención de poner en marcha un canal con

parámetros más sólidos y menor grado de improvisación que con el que nacieron sus antecesores.

Dicha sociedad promotora fue impulsada por Amparo Siniestra de Carvajal, una persona que durante el gobierno de Belisario Betancur había sido directora de Colcultura, la entidad nacional encargada del fomento de la cultura y las artes en el País. Con la Ley 42 de 1985 Colcultura ganó un puesto en el Concejo Nacional de Televisión, por tanto Siniestra de Carvajal vivió de cerca la puesta en marcha de *Teleantioquia* y *Telecaribe*.

Así entonces con el apoyo del departamento, de algunas empresas de la región y con una inversión aproximada de 300 millones de pesos se dio marcha al canal regional de la región pacífica colombiana (LIBREROS, 2006). *Telepacífico* inicia transmisiones teniendo como socio al departamento del Valle y a Inravisión, de ahí que los esfuerzos iniciales de cobertura se limitaron a los municipios del Valle, y solo a finales de la década de 1990 ampliaría su cobertura a la región pacífica, llegando a los departamentos de Chocó y Nariño.

Durante el primer mes y medio mientras se adjudicaban la programación *Telepacífico* presentó una programación de pruebas la cual se conformaba con programas de *Teleantioquia* y *Telecaribe*, además de contenidos comprados a programadoras nacionales e internacionales.

Tras la experiencia de *Teleantioquia* y *Telecaribe* los mecanismos para adjudicar programación en la TV regional estaban un poco más claros; en consecuencia cuando se inauguró el canal del pacífico paralelamente se constituyeron empresas programadoras con la intención de elaborar contenidos regionales. La primera programación se adjudicó en el mes de septiembre de 1988 (TELEPACÍFICO aplaza por 7 días programación oficial, 1988). Para 1991 *Telepacífico* tenía el 58% de producción regional y 42% producción extranjera, pues a las empresas regionales les era permitida la compra de contenidos internacionales. A diferencia del *Telecaribe* que emitía telenovelas venezolanas, durante los años 90 las telenovelas que se transmitían fueron brasileras, como *Historia de Amor* y *El Rey del Ganado*.

**Tabla 10. Empresas contratistas de programación de Telepacífico en 1994**

Número	Nombre Programadora
1	Fernando Parra Duque
2	Pro cívica TV
3	Julio Ignacio Gutiérrez
4	William Jiménez Ríos
5	Cañaveral TV
6	U.V. TV
7	R.T.V. TV
8	T-Valle
9	Imágenes TV
10	Farallones TV
11	John Montalvo TV

**Fuente:** Inravisión 1994

*Telepacífico* tiene una particularidad en relación a los otros canales que hacen parte de este estudio, y consiste en el respaldo institucional y académico que le brindó la Universidad del Valle, la universidad pública del departamento en la que desde mediados de la década de 1970 se venía gestando un movimiento audiovisual respaldado en el programa de comunicación social fundado por Jesús Martín Barbero. “Otra de las cosas que logramos hacer es que fue la primera Universidad que se metió a los canales públicos, y eso me parece que fue fundamental. No fue fácil convencer a los profesores pero se hicieron cosas interesantes” (CALERO, entrevista concedida a Diego García, 10 diciembre 2015). La Universidad del Valle contó con una programadora que emitió en el canal regional desde su primer año, UV-TV, desde la cual se produjeron programas que marcaron una forma de hacer televisión en la región y la historia del canal; el programa más representativo es quizá *Rostros y Rastros*<sup>35</sup> que estuvo al aire durante 12 años (1988-2000). *Rostros y Rastros* se convirtió en un programa de experimentación en el que el documental se constituyó en máxima expresión, pues permitió mostrar a las audiencias una región diferente, poniendo en discusión temas que la TV nacional no abordaba: la migración, el narcotráfico y la música del pacífico por ejemplo. Al respecto el propio Jesús Martín Barbero escribió:

creo que la presencia de nuestra Escuela de Comunicación en el canal regional de televisión Telepacífico, a través de programas como "Rostros y rastros", demostraron que sí se podía articular la crítica a la innovación de un género, como el documental, que llevaba años estancado en Colombia, y que en "Rostros y rastros" sirvió tanto para narrar una historia de la ciudad de Cali desde los personajes y el mundo de la calle, desde los de abajo, como para romper las costuras del género documental permitiendo su cruce con el argumental y el video de experimentación estética. (MARTÍN-BARBERO, 1999, p. 1)

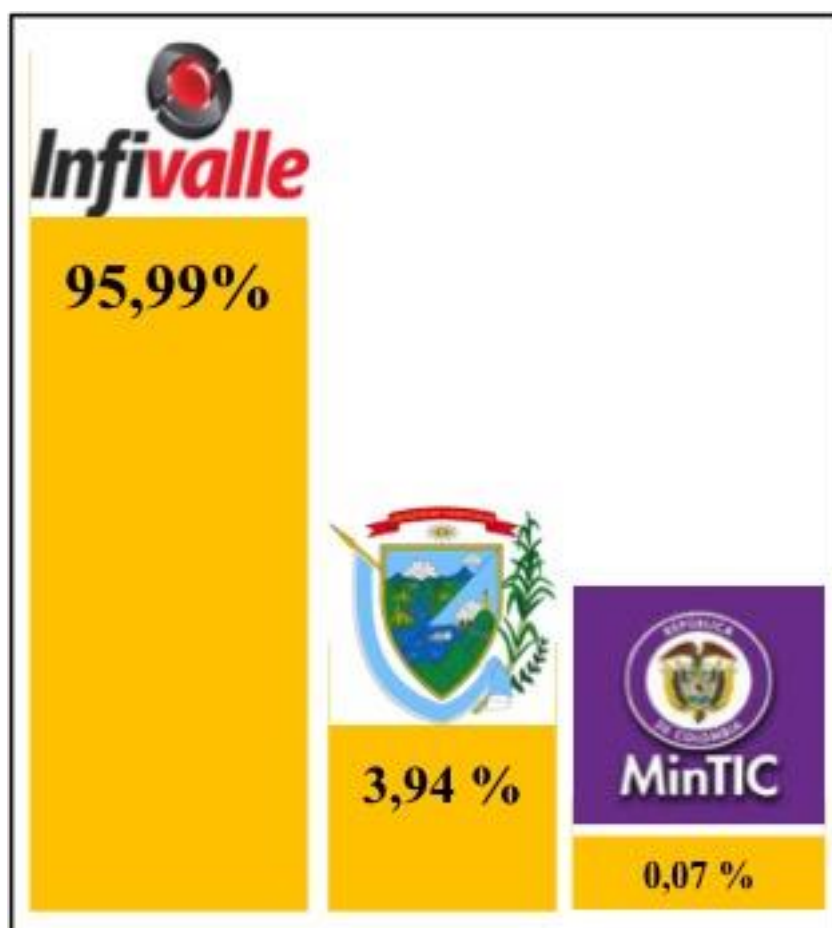
<sup>35</sup> En el año 2000 la Universidad del valle dejó de producir *Rostros y Rastros*; sin embargo, la administración de 2016 promovió el regreso de la serie documental.

La importancia del documental regional hizo posible escuchar nuevas voces que el sistema público–comercial de la TV nacional no había tenido en cuenta: las mujeres, los afros, indígenas, jóvenes, grupos urbanos y marginales, la tercera edad, entre otros.

Quienes han investigado el documental en Colombia destacan el impulso que la TV regional dio a este género, pues descentralizó no solo la producción, sino la mirada y las formas de realización, ampliando y potenciando las posibilidades expresivas (ARBELÁEZ, 2003; AGUILERA y GUTIÉRREZ, 2004).

Actualmente los socios de *Telepacífico* son: El departamento del Valle del Cauca, el Instituto Financiero para el desarrollo del Valle (INFIVALLE), y el Ministerio de las Tecnologías y las comunicaciones (MINTIC) (Imagen 5).

**Imagen 5. Socios del canal regional Telepacífico**



**Fuente:** Sociedad Televisión del pacífico LTDA. Acuerdo 005, 16 de mayo de 2012)

Según se expone en la Imagen el mayor socio de *Telepacífico* es el Instituto Financiero para el Desarrollo del Valle (INFIVALLE), en tanto, la gobernación solo posee un 3,94%; no obstante, hay que señalar que INFIVALLE “es un establecimiento público departamental,

descentralizado, de fomento y desarrollo regional, adscrito a la Secretaría de Hacienda Departamental” (<http://www.infivalle.gov.co>), por tanto, es una entidad pública vinculada al departamento del Valle, en consecuencia, dependiente del despacho del gobernador, tanto así que el nombramiento del gerente de ese Instituto lo realiza directamente el gobernador del Valle, motivo por el cual cuando INFIVALLE participa en la Junta del canal lo hace para defender los intereses del gobernador del Valle.

Según los estatutos del canal, en la Junta Administradora de *Telepacífico*, además de los socios y del puesto de la ANTV, el gobernador del Valle tiene derecho a nombrar libremente otro representante, así entonces la Junta se conforma de la siguiente manera:

**Tabla 11. Conformación Junta Administradora Telepacífico**

Miembros	Puestos
Gerente de Infivalle o su delegado	1
Gobernador del Valle o su delegado	1
Representante de MINTIC o su delegado	1
Representante de ANTV o su delegado	1
Miembro nombrado libremente por el Gobernador del Valle	1

Como se aprecia, además de los tres socios tiene participación en la Junta Administradora del canal la ANTV y un miembro nombrado libremente por el gobernador del Valle, esto quiere decir que de los cinco miembros de la Junta de *Telepacífico* tres dependen directamente del gobernador. Adicionalmente según los estatutos «La junta administradora podrá deliberar y decidir con la asistencia de tres de sus miembros y sus decisiones se adoptarán con el voto favorables de la mayoría de los asistentes» (Artículo 16) y «La vacante transitoria del cargo de gerente, será provista por el gobernador del Valle del Cauca» (Artículo 21). Con esto se evidencia el poder que el gobernador del Valle tiene sobre el canal pues la decisiones se podrían tomar únicamente con la presencia de los miembros dependientes de su despacho y en caso de ausencia de gerente, tiene la libertad para elegirlo sin la participación de los demás miembros (Ver Capítulo V, apartado 5.2.1. Nombramiento de gerentes).

Por las razones mencionadas, la misión de *Telepacífico* como canal regional se han visto limitadas, pues *Telepacífico* funciona como canal para un solo departamento, en este caso, el Valle de Cauca. Los demás departamentos, si bien reciben la señal, no tienen mayor participación ni en su administración ni en la programación; por eso es conocido como Televalle. En consecuencia, las audiencias de los otros departamentos a los que llega la señal no se sienten identificados, por eso, si en el Valle del Cauca es la tercera opción televisiva



después de Caracol y RCN, en Cauca, Chocó y Nariño no sucede lo mismo. (COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011)

### **3.3.4. Transformaciones en el paisaje televisivo colombiano**

Si bien han estado condicionados y regidos por las mismas normas y comparten algunas características, cada uno de los canales regionales ha tenido un crecimiento y desarrollo marcado por particularidades culturales, económicas y políticas singulares. Enfrentaron problemas comunes: dificultades para administrar medios de comunicación, problemas de cobertura y programación, pero cada uno los ha sorteado de forma particular y con apoyos diferentes.

Una clara muestra de sus diferencias para afrontar problemas comunes se puede ver en cómo se han escogido las personas para dirigir los canales regionales, pues si bien la Ley exige que las Juntas Administradoras nombren a los gerentes, el procedimiento y perfil de estos varía de una región a otra.

Por su tradición industrial el departamento de Antioquia los primeros años nombró como gerentes a empresarios e industriales con pocos conocimientos sobre televisión, pero cercanos a los políticos, por eso los primeros gerentes fueron personas ajenas a la televisión pero con trayectoria en empresas regionales. Con el paso del tiempo el canal consolidó estatutos en los que se clarificó el perfil de los gerentes, donde se valora la experiencia: “El gerente deberá tener título profesional, título de posgrado y experiencia profesional relacionada con las funciones del cargo de mínimo treinta y seis (36) meses” (Estatutos Teleantioquia, 2013, Artículo 16); por eso han llegado personas con formación y experiencia en el campo de la comunicación, aunque por supuesto la cercanía con los políticos y gobernadores sigue siendo un asunto visible.

**Tabla 12. Gerentes de Teleantioquia 1985-2016**

Nombre	Período	Formación y trayectoria
Jorge Posada Greiffenstein	1985-1986	Ingeniero Industrial. Fundador Universidad EAFIT. Trabajó en Fabricato y llegó a ser Presidente de la Compañía. Concejal de Medellín. Trabajo en Empresas Públicas de Medellín.
Clara Patricia Restrepo de Toro	1986	Arquitecta.
Reinaldo Arroyave Lopera	1986-1986	Comerciante.
Héctor Uribe Vásquez	1986	Sin información.
Carlos Gabriel Alvarez Melo	1987-1990	Sin información.
Máximo Perez de Soto	1990-1992	Ingeniero Civil. Magister en Administración, Especialista en Gestión Pública. Oficina de Obras Públicas de Medellín
Marta Lucia Gómez de Arango	1992-1993	Comunicadora Social. Periódico El Colombiano
Carlos Mario Londoño Correa	1993-1995	Abogado. Secretario de Educación de Medellín. Fundador Grupo musical Suramérica.
Fernado Urrea Árbelaez	1995-1997	Sin información.
Yelsy Pérez García	1997	Sin información.
Francisco Alonso Garcés Correa	1997-2000	Abogado. Profesor Universitario. Cinco veces concejal de Municipio de Envigado (Antioquia). Secretario de Hacienda y Educación, Envigado (Antioquia).
Jesús Alberto Echeverri	2000-2001	Sin información.
Ana Cristina Navarro Uribe	2001-2008	Periodista. Profesora Universitaria. Trabajó en Televisión Español (TVE) durante más de dos décadas
Juan Fernando Castrillón	2008-2012	Comunicador Social. Especialización en Dirección y Gestión. Estudios de Alta Gerencia, Gerencia Deportiva y Marketing Deportivo. Gobernación de Antioquia, Jefe de Comunicaciones de la Liga de Ciclismo de Antioquia. Comunicador de Metroseguridad y Jefe del Departamento de Comunicaciones de la Contraloría General de Medellín.
Selene Botero	2012-2013	Comunicadora Social. Directora de Teleantioquia Noticias. Gerente canal local Telemedellín. Directora canal Universitario Medellín. RTVC
Clara Marcela Mejía	2013-2015	Comunicadora Social. Presentadora del programa Serenata, periodista en Quanta Telecomunicaciones y el noticiero ANT de Iris Producciones. Subgerente canal local Telemedellín. Jefe de producción de Caracol Noticias. Directora del Centro Audiovisual de la Presidencia de la República
Rosa Amalia Zuluaga	2015-2016	Comunicadora Social. Ministra Plenipotenciaria de Colombia ante las Naciones Unidas en Nueva York. Vicecónsul de Colombia en Boston. Secretaria Privada de la Gobernación de Antioquia. Beneficencia de Antioquia
Mabel López Segura	2016-Actual	Periodista y Abogada. Especialización en Derecho Administrativo. Jefe Comunicaciones Fundación EPM. Cable Noticias. Canal Cosmovisión. Asesora de Comunicaciones Concejo de Medellín.

**Fuente:** Elaborado por el autor.

En la tabla 12 se puede apreciar los períodos cortos de los gerentes de *Teleantioquia*, ya que entre 1985 y 1997 el promedio de los gerentes en el cargo fue de dos años; situación

que cambiaría a partir del año 2000, pues desde ese año es posible encontrar gerentes con periodos más largos, como el caso de Ana Cristina Navarro que ocupó el cargo durante ocho años. En treinta años de funcionamiento *Teleantioquia* ha tenido 18 gerentes.

Por su parte, Telepacífico realizó un proceso inverso, pues sus dos primeros gerentes poseían una trayectoria destacada en el campo cultural y de la televisión, su primera gerente Amparo Sinisterra venía de desempeñarse como directora del Instituto Colombiano de Cultura (Colcultura)<sup>36</sup> bajo la presidencia de Belisario Betancur y tenía experiencia en gestión cultural en el departamento del Valle del Cauca; en tanto, Fernando Calero, el segundo en ocupar el cargo había sido director de Inravisión. No obstante, con el pasar de los años a la gerencia de este canal comenzarían a llegar profesionales ajenos a los medios pero muy cercanos a la dirigencia política del valle del Cauca (Ver capítulo V. Apartado 5.2.1. Nombramiento de gerentes).

---

<sup>36</sup> El Instituto Colombiano de Cultura (Colcultura) fue creado en 1968 durante la presidencia de Carlos Lleras Restrepo para gestionar y administrar la actividad cultural y artística en el país. Cuando la Ley 42 de 1985 creó el Consejo Nacional de Televisión, Colcultura ganó un puesto para participar en la planeación y planificación del sector audiovisual; por tanto, Colcultura apoyó la creación de los canales regionales. En 1997, durante la presidencia del liberal Ernesto Samper, se creó el Ministerio de Cultura que reemplazó y asumió las funciones de Colcultura.

**Tabla 13. Gerentes de Telepacífico 1988-2016**

Nombre	Período	Formación y trayectoria
Amparo Sinisterra de Carvajal	1988	Bailarina de Ballet. Directora de Colcultura. Academia Ana Pavlova. Fundación Carvajal. Fundadora Proartes. Consejo departamental de Planeación del Valle del Cauca.
Fernando Calero	1988-1992	Comunicador Social y profesional en ciencias sociales. Director de Inravisión. Profesor universitario. Vicerrector de Extensión Universidad del Valle. Director del servicio de Televisión de la Asociación de TV Iberoamerica. Jefe de la Oficina de Planeación de la Comisión Nacional de Televisión. Director de la Oficina de Relaciones Internacionales de la Javeriana Cali.
Juan Armando Sinisterra	1992	Sin información.
Gloria Mercedes Martínez	1992-1995	Sin información.
Luís Guillermo Restrepo Satizábal	1995-1998	Abogado, especialista en Mercadeo. Gerente Infivalle. Gerente del Banco Ganadero, Banco Mercantil y Cofiaagro. Director Sección de opinión Periódico El País.
Mariana Garcés Córdoba	1998-2000	Abogada. Especialista en Mercadeo y Negocios Internacionales. Subgerente de Telepacífico. Secretaria de Turismo y Cultura de Cali (Valle del Cauca). Comisionada de Televisión (CNTV). Directora de Proartes. Ministra de Cultura (2010-Actual).
Germán Patiño Ossa	2000-2003	Literatura. Historiador. Escritor y periodista Asesor político. Fundador Festival de Música "Petronio Álvarez". Gerencia Cultural del Valle del Cauca. Director de Cultura municipio de Cali.
Jaime Fernandez Naranjo	2004-2006	Abogado. Secretario de Gobierno de Cali. Presidente Federación Colombiana de Empresarios de Juego y Apuestas (Feceap). Director programa "Metros y Centímetros". Representante legal de Red de Servicio de Occidente S.A.
Hector Alonso Moreno	2006-2007	Licenciado en Historia, Magister en Estudio Políticos, PhD en Realidad política de América Latina. Profesor Universitario. Asesor político.
Victor Manuel Salcedo	2008-2009	Comunicador Social y Periodista. Licorera del Valle. Secretario de Gobierno departamento Valle del Cauca.
Silvia Patricia López Marmolejo	2009-2010	Abogada. Posgrado Ciencias Políticas.
Lorena Ivette Mendoza	2010-2012	Abogada. Personería de Cali. Contraloría de Cali. Secretaria Jurídica municipio de Jamundí. Procuradora provincial de Cali y Barranquilla.
Alberto José Cobo Lora	2012-2012	Abogado. Especialista en derecho administrativo. Asesor de Despacho del Departamento Administrativo de Gestión del Medio Ambiente DAGMA. Jefe Oficina Control Interno Telepacífico.
Luz Elena Azcárate Sinisterra	2012-	Abogada. especialista en Gerencia Social. Diputada departamental. Secretaria de Desarrollo Social de la Gobernación del Valle. Directora Ejecutiva de Corpovalle.
Mauricio Prieto	2014-2015	Abogado. Especialista en derecho comercial. Maestría Políticas Públicas. Gerente Beneficencia del Valle. Excandidato al Senado Partido Conservador. Gerente Imprenta departamental. Secretario Jurídico.
Cesar Gálviz	2016-Actual	Comunicador Social. Especialista en Marketing Estratégico. Productor audiovisual. Productor de Señal Colombia y Productor general de Canal TR3CE.

Fuente: Elaborado por el autor.

Una particularidad de *Telepacífico* es que en tan solo veintiocho años ha tenido dieciséis gerentes, esto quiere decir que cambia de dirección cada veinte meses. La persona con el período más largo en el cargo ha sido Fernando Calero que gerenció el canal durante cuatro años entre 1988 y 1992. A pesar de ser un canal que cubre cuatro departamentos, *Telepacífico* nunca ha tenido un gerente de un departamento diferente al Valle del Cauca. Como lo muestra la tabla 13, muchos de los gerentes de *Telepacífico* son abogados de formación, lo cual como se mostrará más adelante, se asocia a que en el canal son nombrados directores con trayectoria política y profesional lejos de los medios de comunicación, pero cercana a los políticos regionales. Por eso, en sus estatutos no hay claridad sobre la formación que deben tener quienes llegan al cargo.

*Telecaribe* llevó un proceso diferente, pues sus dos primeros gerentes no tenían formación en el campo de la comunicación o la televisión, pero sí poseían experiencia en medios de comunicación como el caso de José Jorge Dangond y Jaime Abello, sus dos primeros gerentes. Ambos habían participado en la gestación de *Telecaribe* y se habían vinculado a las actividades del canal desde sus primeros años. Sin embargo, con el pasar del tiempo, los intereses de los gobernadores socios comenzarían a aflorar; por tanto, en la gerencia del canal del Caribe comenzaron a ser nombradas personas ajenas a la televisión, pero con marcados intereses políticos. En los últimos años esta tendencia se ha querido contrarrestar, pues en sus estatutos, se ha definido que la escogencia del gerente del canal se debe realizar por medio de un concurso de méritos, así lo define en su artículo 16: “El gerente será designado por la Junta Administradora Regional de cinco aspirantes que resultarán de un concurso de méritos que se adelantará a través de una universidad pública o privada [...]” (CANAL REGIONAL DE TELEVISIÓN DEL CARIBE, 2008). A pesar de emplear una metodología que busca mayor transparencia para elegir el principal cargo directivo del canal, *Telecaribe* no se ha podido blindar de los intereses políticos, pues los gobernadores continúan poniendo y usando sus fichas políticas para controlar el canal.

**Tabla 14. Gerentes de Telecaribe 1986-2016**

Nombre	Período	Formación y Trayectoria
José Jorge Dangond Castro (César)	1986-1990	Administrador de empresas. Master en Estudios Internacionales. Director de Inravisión (1994-1995). Secretario de Cultura del Atlántico. Consul de Colombia en Venezuela.
Jaime Abello Banfi (Atlántico)	1990-1995	Abogado. Economista. Ministerio de Justicia. Cámara de Comercio de Barranquilla. Dirigió entre 1987 y 1990 la Asociación Colombiana de Cinematografistas y la Cámara Colombiana de la Industria Cinematográfica. Promotor de la creación del Canal. Director Ejecutivo Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano.
Andrés Salcedo González (Atlántico)	1995-1996	Trabajo en Transtel, Alemania, durante dos décadas. Periodista de diferentes medios nacionales. Presentador y Locutor. Productor.
Iván Ovalle Póveda (César)	1997-1998	Abogado. Cantante y Compositor Vallenato.
Julio Farah Saker (Bolívar)	1998-2001	Administrador de Empresas
Luis Eduardo Ramos Badel (Sucre)	2001-2003	Ingeniero Industrial. Trabajó en Planeación Universidad de Sucre.
Edgar Rey Sinning (Magdalena)	2003-2009	Sociólogo. Magíster en Educación. Asesor de Gobernaciones Bolívar y Magdalena en temas de educación y cultura. Secretario Educación Santa Marta. Docente Universitario.
Iván Barrios Mass (Atlántico)	2009-2012	Comunicador Social. Jefe de producción Telecaribe.
Yurissa del Castillo (Magdalena)	2012-2013	Comunicadora Social, especialista en Gestión Pública. Jefe prensa Gobernación del Magdalena.
Juan Manuel Buelvas (Bolívar)	2013-Actual	Productor y director audiovisual.

**Fuente:** Elaborado por el autor.

En treinta años *Telecaribe* ha tenido solo diez gerentes; es decir, un promedio de un gerente cada tres años, por eso a diferencia de *Teleantioquia* y *Telepacífico* ha tenido gerentes con más de tres años en el cargo. Tal es el caso de sus dos primeros directores José Jorge Dangond y Jaime Abello, que estuvieron en el cargo durante cuatro y cinco años respectivamente, o de Edgar Rey que gerenció *Telecaribe* durante siete años. Contrario a lo que ha ocurrido en *Telepacífico*, en *Telecaribe* varios departamentos han ocupado la gerencia del canal, llegando a tener representación el Atlántico, Bolívar, Magdalena, César y Sucre.

A pesar de lo señalado en relación a los métodos para escoger a sus gerentes, es más lo que comparten estos canales que lo que los diferencia, por ejemplo, los tres canales se han inaugurado en fechas de gran valor simbólico para las regiones: *Teleantioquia* lo hizo el 11 de agosto, fecha en la que se celebra la independencia del departamento de Antioquia de los poderes españoles. *Telepacífico* lo hizo el 3 de julio, día en el que se conmemora la independencia de la ciudad de Cali de la gobernación de Popayán. Por su parte *Telecaribe* lo hizo un 28 de abril, en la inauguración de una de las fiestas más representativas de la región y el país, el festival Vallenato en Valledupar. La inauguración de los canales regionales en fechas significativas para las regiones, simboliza el valor y las intenciones con las que

nascieron estos canales, pues más allá de producir televisión, lo que las regiones buscaban era un espacio de reafirmación cultural ante el resto de la nación.

*Teleantioquia*, *Telecaribe* y *Telepacífico* también tiene en común que los programas de mayor duración y audiencia son los noticieros, pues históricamente estos son los programas con los más altos ratings y que más han permanecido en la parrilla de programación de los canales regionales (COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011). Esto quiere decir, que los noticieros que emiten en la actualidad, en su mayoría son programas que están desde los primeros años de la televisión regional.

**Tabla 15. Noticieros de Canales regionales**

Canal	Noticiero	Años al aire
Teleantioquia	Hora13	19
	Teleantioquia Noticias	17 <sup>37</sup>
Telecaribe	Televista	29
	CV Noticias	20
Telepacífico	Noti5	26
	90 Minutos	27

**Fuente:** Elaborado por el autor.

La permanencia con los mejores índices de audiencias, está relacionada a que por los noticieros regionales los habitantes de estas zonas se enteran de eventos, problemáticas y realidades cercanos a su región, situación que no sucede en los noticieros de los canales nacionales, los cuales siguen teniendo una agenda centralizada en Bogotá y en los que las regiones no son fuentes informativas sino en caso extraordinarios. “¿Cuándo somos noticias para RCN o Caracol? cuando los muertos son más de 3, cuando el incendio es grande y las pérdidas económicas son muy grandes o cuando llega la feria de Cali” (LATORRE, entrevista concedida a Diego García, 10 diciembre 2015). Por su parte los noticieros regionales, informan sobre acontecimientos, personajes y realidades de las cuales no se enteran en la tv nacional, de ahí que las audiencias los premien en sintonía.

Además de lo señalado, el principal punto en común de los canales estudiados ha sido su contribución en la transformación del paisaje televisivo colombiano, aporte que no se puede desconocer, pues con la entrada en funcionamiento de *Teleantioquia*, *Telecaribe* y

---

<sup>37</sup> *Teleantioquia Noticias* funciona con ese nombre desde el año 2000, pero en realidad ese noticiero es la continuidad del *Informativo de Antioquia* que desde 1985 funciona en el canal. El cambio de nombre se debió a que en el 2000 el canal le quitó la producción del noticiero a la cooperativa de periodistas que desde mediados de los 80 lo venía produciendo, para asumirlo como propio. Sobre este particular se profundizará en el apartado 5.2.2. Presión a periodistas y programas en el Capítulo V.

*Telepacífico* se pasa de una producción concentrada y limitada a telenovelas y noticieros en los canales públicos comerciales, a una programación diversa y con formatos que ampliaron la capacidad expresiva de las regiones.

Su aparición significó varios avances para la televisión. Por una parte de descentraliza el panorama televisivo centrado por décadas en Bogotá y por otra, se empieza a desarrollar la industria televisiva en las regiones. Junto a la creación de pequeñas y medianas empresas productoras, empiezan a surgir libretistas, actores, actrices, presentadores y comercializadores, que hasta entonces no habían tenido ningún campo de trabajo diferente al concentrado en la capital. Pero lo más importante fue el acrecentamiento de las posibilidades expresivas de la región que hasta entonces o habían pasado por el filtro bogotano, o definitivamente habían permanecido invisibles, en un país en donde las regiones tenían un papel débil y opaco. (REY, 2002, 130)

Las regiones dejan de verse únicamente en las telenovelas regionalistas de los años 80 que trabajaban con estereotipos, a verse de una forma mucho más cerca a sus realidades, con personajes propios que se expresan en lenguajes e imágenes comunes. La TV regional potenció las capacidades expresivas de las regiones y amplió los referentes para pensar el país:

había unas ganas incontenibles de expresar, como consecuencia de 35 años de mudez; de ser espectadores resignados de la televisión centralizada; de reconocernos en una imagen distorsionada de nosotros mismo, pero realizada en Bogotá y en la que estábamos caricaturescamente reducidos a nuestro modo de hablar o de bailar (ARBELÁEZ, 2003, p. 6-9).

En consecuencia, por las pantallas de la TV regional aparece un país hasta entonces desconocido, de ahí que se hable de un nuevo paisaje televisivo, entendiendo este como las imágenes de país que circulan por la televisión, un paisaje no referido únicamente a lo geográfico, sino a lo simbólico, a las representaciones que de la nación que se ven en la televisión. Las regiones dejan de ser meras consumidoras de imágenes para ser productoras de sus propias representaciones. “Cuando aparece la televisión regional genera una gran lucha de las regiones por un medio de expresión que reflejara la región, había una televisión eminentemente centralista y una televisión centralista en que la región aparecía solamente en el momento en que había una noticia negativa”. (GARCÍA, entrevista concedida a Diego García, 20 de abril 2015)

Los canales regionales desarrollaron contenidos a través de los cuales las audiencias comenzaron a conocer sus propias regiones, por cuestiones económicas no incursionaron en el



gran género colombiano y latinoamericano, el melodrama, aunque ha habido intentos por hacer ficción los canales regionales centraron sus contenidos en documentales, magazines e informativos, formatos preocupados por contar la realidad cercana de sus entornos<sup>38</sup>. “nosotros nunca nos habíamos visto como región, todo era lo que quería la mirada desde Bogotá”. (CALERO, entrevista concedida a Diego García, 10 diciembre 2015)

Por tanto, es posible hablar de un paisaje televisivo antes de la televisión regional y de otro después de su aparición. Como se ha hecho referencia en diferentes trechos del presente documento, antes de los canales regionales, la producción televisiva estaba concentrada en Bogotá, de ahí que el país era uno solo, el representado, contado y narrado desde la capital del país. Ante un paisaje tan pequeño y limitado, las regiones comienzan a reclamar la posibilidad de producir su propia televisión, pues no se sentían ni representados ni identificados en los contenidos de las cadenas nacionales, “el énfasis que se reclama de las culturas regionales, de la participación de los departamentos, ha servido para la reafirmación de las regiones. Y creo que los canales regionales contribuyeron a despertar esa idea de la diversidad de identidades” (VIZCAÍNO, entrevista concedida a Diego García, abril 2015). Por ende, cuando las regiones ganan el derecho a producir su propia televisión, las imágenes sobre la nación se amplían, pues comienza a aparecer el país, antioqueño, caribe y pacífico que por más de treinta años habían estado invisibilizados en la mal llamada televisión nacional.

creo que los logros son innumerables y que ha construido región, desde el momento que Telepacífico consiguió visibilizar los lugares que eran invisibles ha construido región, en los mismos mensajes que se han dado en momentos coyunturales del país, de la región, a nivel de solidaridad e inclusive de política, de momentos frente a condiciones climáticas, ahí ha estado presente Telepacífico, sin lugar a duda, Telepacífico le ha dado rostro a la región, se ha mostrado a sí mismo como región pacífico colombiano y al país y al mundo que aquí hay mucho más que futbolistas, más que el cartel del Norte del Valle, que hay gente emprendedora, trabajadora, talentosa, que hay economía, que se mueve, que se produce literatura, música y arte, que

---

<sup>38</sup> Por razones presupuestales a los canales regionales se les ha dificultado la realización de programas de ficción; por tanto, el mercado de este tipo de contenidos está concentrado en la capital del país y monopolizado por los canales privados. Así lo reconoció una de las personas entrevistadas: “hay géneros que por ejemplo para los canales regionales han sido totalmente esquivos, por los costos, y uno dice “qué tristeza” porque los talentos están aquí, pero se van a Bogotá a hacer TV que podríamos estar haciendo nosotros, pero no tenemos los recursos para hacerlos”. (LATORRE, entrevista concedida a Diego García, 10 diciembre 2015). Sin embargo, a mediados de la década de 1990 Teleantioquia, a través de la programadora Comosvisión realizó el dramatizado *Hildebrando*, una historia basada en el libro del escritor antioqueño Jorge Franco que narra las vivencias de dos médicos alcohólicos de los años 30. La producción, casting y demás aspectos se realizaron en la ciudad de Medellín pero el dramatizado era emitido simultáneamente por Teleantioquia, Telepacífico, Telecaribe y Telecafé, alcanzando altos índices de sintonía. EL PANTALLAZO PAISA (1996, mayo 27). Semana.com. Recuperado de: <http://www.semana.com/cultura/articulo/el-pantallazo-paisa/28904-3>

hay movimientos culturales importantísimos, que se hacen eventos de trascendencia, que es una región que mira hacia el Pacífico, ha visibilizado Buenaventura desde otra perspectiva, le ha dado rostro al Norte del Valle, ha sacado a Nariño del anonimato en el que vivía, ha permitido mirar el Chocó otra cosas más allá que la pobreza y el hambre [...]. (LATORRE, entrevista concedida a Diego García, 10 diciembre 2015)

La pertinencia de los canales regionales en un país de tradición centralista era innegable, pues como se ha destacado a lo largo de este capítulo las regiones estaban por descubrir. Sin embargo, a pesar de ser pensados y planeados como canales públicos *Teleantioquia*, *Telecaribe* y *Telepacífico* deben aproximarse a unos criterios que definen este tipo de medios de comunicación; por tanto, el siguiente capítulo se concentrará en analizar el modelo de financiación de los canales regionales, para poner en evidencia como su orientación comercial impide que sean concebidos como canales públicos independientes de presiones económicas y políticas.

#### IV. FINANCIACIÓN DE TELEVISIÓN PÚBLICA REGIONAL<sup>39</sup>

Existen varios aspectos para definir a un medio público como tal: órganos de gestión y administración, programación, financiación y la relación con las audiencias (ARROYO, BECERRA, GARCÍA & SANTAMARÍA, 2012; BECERRA; WAISBORD, 2015; BUCCI; CHIARETTI; FIORINI, 2012). De los órganos de gestión se habló un poco en el capítulo anterior y se profundizará en el siguiente. La programación no es un aspecto de interés en este documento. Por su parte, la financiación y de la relación que se establece con las audiencias es el objetivo del presente capítulo; por tanto, se discutirá el modelo de financiación de los canales públicos regionales, resaltando como dicho modelo exige a los canales públicos enfrentarse con los canales comerciales en el mercado publicitario, por eso sus contenidos vienen siendo pensados para la rentabilidad económica que garantice su sostenibilidad más que para el servicio público. A partir del concepto *audiencia-mercancía* se discute sobre la forma en la que se ha concebido la televisión pública regional. La reflexión pretende discutir si una TV orientada a la comercialización y a la venta de audiencias como mercancía puede considerarse una TV pública.

Por estos motivos, se hace necesario revisar el modelo de financiación de la televisión pública, ya que por las características sociales, culturales, políticas y económicas es necesario pensar y reorientar una televisión verdaderamente pública que responda a las demandas de toda la ciudadanía; por eso antes de caracterizar la situación de los canales regionales se presentará el concepto de *audiencia-mercancía* que ayudará a entender las contradicciones en el manejo de la TV pública colombiana principalmente en lo referente a su financiación y a la forma de relacionarse con sus audiencias.

##### 4.1. La venta de audiencia-mercancía en la TV pública

En Colombia son escasos los análisis de los medios de comunicación e industrias culturales desde las ideas y postulados de la Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (EPICC) (NARVÁEZ, 2013, VALDERRAMA, 2009); por tal motivo, aquí se desea proponer un análisis desde esta área de estudio para ofrecer una nueva mirada sobre la televisión pública.

El concepto desde el que se propone el análisis es el de *audiencia-mercancía* que si bien no es nuevo en los estudios en comunicación continua siendo útil para pensar los medios, viejos y nuevos, pues la

Fabricación de audiencia, un tema destacado en la discusión sobre el trabajo en la era digital, alcanzó su primer apogeo en la década de 1920, cuando la radio empezó a establecerse entre los habitantes de los suburbios de los Estados Unidos. (SCHOLZ, 2013, p. 9)

---

<sup>39</sup> Una versión preliminar de este capítulo fue publicada con el título “El modelo de televisión regional en Colombia: canales públicos bajo los parámetros del mercado”, Revista *Signo y Pensamiento*, 66, XXXIV, enero-junio 2015. P. 28-42.

Disponible en: <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/13260/10570>

La base de la economía política de la comunicación son los escritos de Karl Marx, por ello su desarrollo está vinculado al pensamiento marxista de la segunda mitad del siglo XX. Los análisis marxistas de los medios masivos de comunicación ha tenido dos vertientes: la primera de mayor tradición en Europa y Estados Unidos que se ha encargado de denunciar cómo el contenido de los medios tiene como objetivo sostener ideológicamente el sistema capitalista; y la segunda que ha querido complementar los estudios ideológicos y que está preocupada por comprender las funciones económicas de los medios de comunicación dentro de las sociedades (STEVENSON, 1998). Es decir, unos los analizan desde la superestructura y otros desde la base. Estas dos miradas están determinadas por aspectos diferentes e implican acercamientos particulares a los medios de comunicación, pues cada una de ellas ve funciones, mercancías y consumos diferentes. Los primeros ven en los medios masivos un instrumento ideológico que ofrece productos (Programas, información, entretenimiento) que buscan sostener las ideas hegemónicas de la clase dominante; mientras los segundos ven como productos a las audiencias a quienes las empresas de medios venden a los anunciantes con el objetivo de ampliar las relaciones capitalistas de producción.

La discusión entre estas posiciones inició en 1977 con el artículo *Communications: Blindspot of western Marxism* publicado por Dallas Smythe en el *Canadian Journal of political and social theory*. A partir de ahí se generan una serie de respuestas, réplicas y propuestas que alimentarían y mantienen viva la discusión treinta años después (LIVANT, 1979; JHALLY, 1982; MURDOCK, [1978] 2006; BOLAÑO, 2006; ARTZ, 2008; FUCHS, 2012)<sup>40</sup>.

Uno de los argumentos que Smythe defendió en su artículo era que los marxistas occidentales dedicados al estudio de los medios han centrado su mirada en el problema ideológico y descuidado las funciones económicas de los medios de comunicación en las sociedades capitalistas. El autor argumenta que el objetivo de estos medios no es producir ideología, sino producir audiencias y venderlas como mercancía a los anunciantes para de esa forma inducir al público al consumo de los productos y servicios ofrecidos. Igualmente, Smythe toca un punto clave dentro de la economía política de la comunicación: el concepto de

---

<sup>40</sup> Aquí no se quiere revivir el debate de los últimos treinta años, pero sí destacar los puntos principales para saber cómo esa discusión sirve para pensar la industria de la televisión colombiana.

trabajo<sup>41</sup>, ya que afirma que mientras los seres humanos no estén durmiendo y aún fuera de la fábrica o lugar de empleo, están trabajando para el capital, según él:

La realidad material bajo el monopolio capitalista es que todo el tiempo en el que la población no está durmiendo, es tiempo de trabajo. Este tiempo de trabajo es dedicado a la producción de mercancías en general y en la producción y reproducción de la fuerza de trabajo. El tiempo fuera del trabajo es el bloque de tiempo de las audiencias que es vendido a los anunciantes. No es vendido por los trabajadores, sino por los medios masivos de comunicación. (SMYTHE, 1977, p. 3)

Smythe preguntó ¿cuál es la mercancía producida por los medios de comunicación? ¿Son los mensajes, la información, las imágenes, manipulación? Según el autor, la mercancía son las audiencias; es decir, las personas que se sientan al frente de los medios de comunicación durante su tiempo de ocio y descanso. Pero entonces:

¿Qué compran los anunciantes con sus gastos en publicidad? como empresarios ellos no están pagando publicidad para nada, ni por altruismo. Sugiero que lo que ellos compran son los servicios de las audiencias con especificaciones y números predecibles de quién prestará atención y en qué momentos determinados medios de comunicación. Como colectividades estas audiencias son mercancías. (SMYTHE, 1977, p. 4)

En este punto Smythe se distancia de los que identifica como marxistas occidentales dedicados al estudio de los medios de comunicación, quienes, según él, se han concentrado en los aspectos ideológicos y han considerado que la mercancía de los medios son sus contenidos. El autor no desconoce que el contenido cumpla una función dentro del negocio de los medios, por eso nuevamente cuestiona:

¿Cuál es la naturaleza del contenido de los medios de comunicación en términos económicos bajo monopolio capitalista? La información, el entretenimiento y los materiales "educativos" transmitidos son un incentivo para reclutar posibles miembros de la audiencia y mantener su leal atención. (SMYTHE, 1977, p. 5)

Y continua “[...] el propósito central de la información, el entretenimiento y materiales "educativos" transmitidos a la audiencia es asegurar la atención a los productos y servicios anunciados (SMYTHE, 1977, p. 6).

Aunque polémica en su momento, la perspectiva planteada por Smythe abrió un nuevo campo de reflexión teórica para la economía política de la comunicación, no sólo en Norteamérica desde donde escribía, sino en Europa desde donde vendrían las primeras reacciones. La

---

<sup>41</sup> El concepto de trabajo tiene una larga tradición dentro de la teoría marxista; sin embargo, aquí no se desea profundizar en su definición ni repasar las diferentes vertientes de análisis.

discusión abierta por el autor canadiense sigue siendo vigente e incluso continua siendo útil para pensar las industrias culturales en la época digital (FUCHS, 2012; 2013).

La primera y más importante reacción al texto de Smythe la realiza Graham Murdock ([1978], 2006) sociólogo marxista británico que entre los aspectos que resalta es el reduccionismo que Smythe hace de los marxistas occidentales al caracterizarlos como un grupo homogéneo sin diferenciar épocas, procedencias e intereses. Igualmente, critica que Smythe use el modelo de los medios de comunicación norteamericanos como paradigma, lo que molesta a los marxistas europeos que consideran que su continente vive condiciones y determinaciones diferentes, pues para el momento de publicación del artículo de Smythe en Europa persistía el monopolio estatal en el manejo de los medios de comunicación, en tanto en Norteamérica dominaba el modelo de medios comerciales. Según Murdock: “la situación europea muestra importantes diferencias que se reflejan en el énfasis y preocupaciones de la teorización marxista. El fracaso de Smythe para reconocer y asumir estas diferencias ha producido sus propios agujeros negros sobre el marxismo occidental” (2006, p. 14).

A Murdock además le incomoda la subvaloración del papel ideológico de los medios de comunicación que hace el autor de *Communications: Blindspot of western Marxism*. Para este sociólogo

[...] vender audiencias a los anunciantes no es la *raison d'être* primordial de los media. Más bien están en el negocio de vender explicaciones del orden social y de las desigualdades estructurales y canalizar las esperanzas y aspiraciones hacia objetivos legitimados. En resumen, trabajan con y a través de la ideología, vendiendo el sistema. (MURDOCK, 2006, p. 15)

La crítica de Murdock se fundamenta en que hay medios de comunicación e industrias culturales que no están basados en la publicidad sino en los contenidos como el cine, la música y la industria editorial.

Murdock valora la crítica de Smythe sobre la escasa producción marxista relacionada con los medios de comunicación, pero cree que exagera al centrar la reflexión únicamente en los aspectos económicos. El sociólogo británico discrepa de Smythe en la identificación de la mercancía de la industria de los medios masivos, ya que para el primero es el contenido el producto de estas empresas, entando para el segundo el contenido es solo un señuelo para atraer audiencias, en palabras de Murdock “mientras [Smythe] reconoce que el contenido de los *mass media* juega un papel importante manteniendo y reproduciendo las ideologías

dominantes, lo considera menos importante que su labor fundamental como creadores de audiencias-como-mercancías en venta para los anunciantes” (MURDOCK, 2006, p. 13).

La discusión se divide entonces entre ideologistas y economicistas, que por supuesto, se debe contextualizar en el final de los años 70, momento en el que el mundo está inmerso en la guerra fría y la reflexión académica marxista europea está sufriendo una renovación; por tal motivo, el mismo Murdock plantea que para que los académicos marxistas, y también los no marxistas, continúen discutiendo y analizando el papel de los medios en las sociedades contemporáneas es necesario considerar las dos orientaciones que han alimentado el debate; por lo tanto “[...] no es cuestión de elegir entre teorías ideológicas y teorías de Economía Política, sino de encontrar modos de integrar ambos en una descripción más adecuada y completa” (MURDOCK, 2006, p. 16).

Años más tarde desde Latinoamérica también se ofrecería una respuesta al ya mítico artículo de Dallas Smythe, tal es el caso del texto de Cesar Bolaño titulado *Tapando el agujero negro. Para una crítica de la economía política de la comunicación* ([2000] 2006), en el que señala algunas limitaciones de los postulados de Smythe, como la definición del concepto de trabajo por ejemplo, pero a su vez se reconoce la agudeza de la reflexión propuesta, pues “además de la definición de la mercancía-público, el trabajo de Smythe debe ser considerado pionero en abordar desde el materialismo histórico el fenómeno de las comunicaciones de masas” (BOLAÑO, 2006, p. 51).

La respuesta de Bolaño no se centra en si al estudiar los medios se debe tomar una posición ideológica o económica, más bien lo que propone es reconsiderar el concepto de trabajo en Smythe y las mercancía que produce la industria mediática; por eso para el autor brasileño “en la industria cultural el trabajo tiene un doble valor. Los trabajos concretos de los artistas, periodistas y técnicos crean mercancías de una sola vez: el objeto o servicio cultural (el programa, la información, el libro) y la audiencia” (BOLAÑO, 2006, p. 52).

El autor desea llamar la atención en que este tipo de industria produce dos mercancías con valores y usos diferentes.

El trabajo del artista, del técnico o del periodista es un trabajo concreto que produce mercancía concreta para satisfacer una necesidad social concreta (necesidad que puede ser, como en el caso de cualquier mercancía, “impuesta” de alguna manera). Pero para crear esa mercancía (El programa, el periódico, la película), esos profesionales gastan energía, músculos, imaginación, en una palabra, gastan trabajo humano abstracto. La subordinación de los trabajos concretos a las necesidades de valorización del

capital los transforma en trabajo abstracto. Pero el trabajo cultural es diferente porque él crea no una, sino dos mercancías. (BOLAÑO, 2006, p. 53)

Con estas ideas Bolaño desea complementar las limitaciones de lo planteado por Smythe y actualizar el debate dentro de la Economía política de la comunicación, en el que hay que considerar que “dejando a un lado la cuestión del "trabajo" de la audiencia, las audiencias son construidas, creadas, producidas por los programadores de radio y televisión y radio, y por editores de productos impresos que tienen valor para los anunciantes” (ARTZ, 2008, p. 65). Eso ha quedado evidenciado en el desarrollo y expansión a nivel mundial de la industria de los medios de comunicación, en el que su estrecha relación con la publicidad no ha dejado de evidenciar esta característica, a tal punto que hay quienes afirman que medios como la televisión, no ofrecen programas con algunos cortes de publicidad, sino que ofertan publicidad con algunos fragmentos de programas e información. Si bien esto puede parecer un poco exagerado, no cabe duda que por lo menos en los modelos de televisión comercial esa parece ser la lógica imperante.

Quizá por esta razón Ramón Zallo afirmó: “debemos estudiar la economía de la publicidad junto a la economía de la televisión para comprender lo que ocurre en la TV comercial convencional” (ZALLO, 1994, p. 37), dentro de esta explicación la TV comercial busca producir programas para públicos amplios que les permitan concentrar grandes audiencias para posteriormente vendérselas a los anunciantes, por eso entre más gente esté viendo un determinado programa, mayor costo tendrán los anuncios publicitarios en ese programa.

Esta lógica es bajo la que operan todos los canales comerciales del mundo, por lo tanto así funcionan Caracol y RCN; pero como se mostró en el capítulo II, este modelo no comenzó en Colombia sólo cuando apareció la televisión privada, sino que también fue el aplicado durante la existencia del sistema mixto cuando eran las programadoras privadas las que producían la programación en los canales denominados públicos nacionales, donde el número de audiencias frente a la pantalla definía el éxito o fracaso de un programa (HOYOS, 1990). También es el modelo bajo el que han entrado a operar los canales públicos regionales, motivo por el que no es sencillo establecer diferencias entre la TV comercial y pública si ambas deben competir en la venta de audiencias-mercancía.

Como se sabe, en las cadenas comerciales la programación y los programas deben ser pensados y adaptados según los requerimientos y necesidades de los anunciantes que son los



compradores de las *audiencias-mercancías*, pero desafortunadamente bajo esa misma dinámica vienen funcionando los canales públicos regionales que son los llamados a representar e informar ese otro país que no pasa por el lente de la televisión perteneciente a los emporios económicos nacionales.

#### **4.2. Financiación de los canales públicos regionales**

En diciembre de 1984 el gobierno nacional promulgó los decretos 3100 y 3101 a través de los cuales autorizó los canales públicos regionales, dichos decretos fueron ratificados en la Ley 42 de 1985. Esto ocurría treinta años después de la llegada de la televisión al país y luego de una prolongada lucha de las regiones contra el centralismo del Estado colombiano. El primero en entrar en funcionamiento fue *Teleantioquia* (1986), posteriormente aparecieron *Telecaribe* (1986), *Telepacífico* (1988) y *Telecafé* (1992); años más tarde bajo una nueva Ley aparecen *Canal TRO* (1996), *Canal Capital* (1997-1998), *Canal 13* (1998) y *Teleislas* (2004).

Los actuales canales regionales están constituidos como Empresas Industriales y Comerciales del Estado (EICE) algunas del orden Nacional otras del orden Departamental. Al ser concebidos como EICE los canales regionales deben gestionar parte de los recursos necesarios para su funcionamiento y no depender del presupuesto de otras entidades públicas, pues según la Ley las Empresas Industriales y Comerciales del Estado son:

Organismos creados por la Ley o autorizados por ésta, que desarrollan actividades de naturaleza industrial o comercial y de gestión económica conforme a las reglas del Derecho Privado [...] y que reúnen las siguientes características: a) Personería jurídica; b) Autonomía Administrativa y Financiera; c) Capital independiente, constituido totalmente con bienes o fondos públicos comunes, los productos de ellos, o el rendimiento de tasas que perciban por las funciones o servicios. (Ley 489 de 1998, Artículo 85)

Actualmente los canales regionales que funcionan tienen un sistema mixto de financiación que les permite obtener recursos de tres fuentes diferentes: 1) El Fondo para el Desarrollo de la Televisión y los Contenidos (FONTVC), dirigido por la Autoridad Nacional de Televisión 2) Aportes de los socios. 3) Publicidad y comercialización. Pero esto no fue siempre así, pues cuando en 1984 se sancionan los decretos que autorizaron la creación de los canales públicos regionales, no les era permitida la publicidad ni la comercialización, como se explicó anteriormente; o sea que sólo podían ser financiados a través de entidades públicas nacionales y/o departamentales y por medio de patrocinios, no por publicidad. Sin embargo, luego de entrar en funcionamiento el primer canal en estas condiciones, y evidenciar que solo

con fondos públicos no era viable el sostenimiento del mismo, el Ministerio de Comunicaciones autorizó la publicidad en la televisión pública regional<sup>42</sup>.

Cuando se autoriza la comercialización y publicidad en los canales regionales, se repite la historia vivida por la TV pública nacional, que tan solo un año después de entrar en funcionamiento debe considerar el ingreso del sector privado en la producción de la programación, pues el Estado no logró financiar el 100% de la TV nacional.

Estos dos momentos ponen en evidencia como en Colombia no se ha podido consolidar una TV pública independiente, pues tanto la Nacional como la Regional establecieron una estrecha relación con las programadoras privadas para la realización de la programación. Es decir, el tipo de TV que en el país se ha denominado como pública se aleja del modelo de canal público, ya que su financiación proviene principalmente de la publicidad y comercialización, lo que los ha llevado a depender de este mercado, produciendo contenidos para satisfacer a los anunciantes y no a las audiencias.

La aprobación de la publicidad en los canales regionales generó gran controversia, pues las programadoras privadas que tenían contratos en los canales nacionales argumentaron que el Estado había incumplido la promesa de no comercializar estos canales ya que se constituía en una competencia para ellas, por eso no veían con buenos ojos que los nacientes canales pudieran contar con la publicidad como fuente de recursos. La reacción no era porque pensarán que la inclusión de publicidad desorientaría el propósito de la televisión pública, ni porque creyeran que fueran a ser una competencia en la producción de contenidos, sino porque sabían que una porción de las audiencias migrarían hacia estos nuevos canales que estarían más cercanos a la realidad de las regiones, por lo que algunos anunciantes podrían preferir pautar en ellos.

A las programadoras privadas no les importaba cuál iba a ser la oferta de la TV regional, les preocupaba que por una u otra razón les quitaran sus audiencias:

Las compañías comerciales de programación en los canales nacionales se opusieron fuertemente a la autorización de la venta de publicidad comercial en los canales regionales. Argumentaron que la publicidad comercial en los canales regionales reduciría aún más los fondos de la publicidad disponibles a nivel nacional, su única fuente de sostenimiento. (ANZOLA & FOX, 1988, p. 91)

---

<sup>42</sup> La primera autorización se dio a través de la Resolución 2683 de 1986 de Ministerio de Comunicaciones, luego se ratificó en la Ley 14 de 1991 y posteriormente se renovó y reglamentó por medio del Acuerdo 002 de 1995 de la Comisión Nacional de Televisión.

Esta confrontación entre las programadoras de los canales nacionales y el Estado por la financiación de los canales regionales, era desde todos los puntos de vista contradictoria, pues los privados que programaban en los canales públicos nacionales pedían al Estado que a los canales públicos regionales no se les permitiera lo que ellas, las programadoras, hacían en la TV pública nacional. O sea, eran intereses privados condicionando el desarrollo y modelo que debía tener la TV pública en el país.

Sin embargo como la crisis de la TV regional se daba cuando aún permanecía en el poder el gobierno que la había autorizado y que no la quería ver fracasar, el Ministerio de Comunicaciones autorizó la comercialización y la publicidad en los canales regionales. Así entonces Teleantioquia comenzó a incluir publicidad en su programación y los canales que nacieron después de 1986 lo hicieron con ese derecho. Por tanto la financiación de estos canales proveían de los servicios de producción y coproducción que podían prestar, de los aportes de Inravisión para la programación educativa y cultural y por las tarifas que pagaban las programadoras privadas que podían comercializar hasta 5 minutos por cada media hora (Resolución 2683 de 1986).

Luego de aprobada la comercialización y la publicidad estas dos modalidades comenzaron a generar mayores ingresos a los canales regionales, aunque eso no garantizó una economía más sólida y duradera, pues

Debido a la programación y cobertura de los canales regionales [estos] se encuentran en desventaja respecto a los canales Nacionales. Esta situación implica parámetros de producción y emisión similares a los de las cadenas nacionales (Uno y A) más no en los ingresos generados por las tarifas de cesión de derechos de emisión ya que la comercialización del producto es proporcional a la población objetivo. (CENTRO DE INVESTIGACIONES PARA EL DESARROLLO, 1994, p. 29)

Lo anterior quiere decir, que como los canales regionales tiene una cobertura menor que los nacionales, o sea, llegan a menos población, el precio de un anuncio en sus franjas es mucho menor de lo que puede valer en un canal nacional; por tanto, los ingresos por publicidad eran menores que los de las programadoras de los canales nacionales.

Frente a las cadenas nacionales, las regionales están en desventaja publicitaria, porque su cubrimiento es mínimo comparado con las primeras. Por tanto, las tarifas de comercialización son muchísimo más bajas, pues son proporcionales a la población objetivo. Sin embargo, los costos de producción en ambos casos son similares, y según esto, se tiene que potencialmente las utilidades operacionales siempre serán menores para la producción regional frente a las obtenidas en la televisión de cobertura nacional. (HERRÁN, 1991, p. 187)

La contribución de Inravisión solo era para programación educativa y cultural que no se limitaba a los canales regionales sino sobre todo a la cadena tres dedicada exclusivamente a este tipo de programación.

Este régimen de financiación cambiaría a partir de 1995 cuando por medio de la Ley 182 se crea la Comisión Nacional de Televisión (CNTV) que asumiría parte de las funciones de Inravisión, entre ellas la financiación de la televisión pública para lo cual se creó el Fondo para el Desarrollo de la Televisión con el cual se solventarían los gastos en la cadena educativa y cultural nacional y se financiarían los canales públicos regionales existentes y los que pudiesen crear a partir de esta nueva Ley (AUTORIDAD NACIONAL DE TELEVISIÓN, 2013).

Los ingresos de Inravisión provenían de lo que pagaban las programadoras por el arrendamiento de los espacios en las cadenas nacionales, pero a partir de la creación del Fondo para el Desarrollo de la Televisión y con la Ley 335 de 1996 que autoriza los canales privados, el origen de los dineros del fondo se ampliarían ya que según el parágrafo 2 del artículo 16 de la Ley en mención “Los concesionarios de canales nacionales de operación privada deberán destinar el uno punto cinco por ciento (1.5%) de la facturación bruta anual, para el fondo de desarrollo de la televisión pública y será pagadero trimestralmente”.

Con algunos ajustes en la metodología y requisitos para la asignación de los recursos del Fondo para el Desarrollo de la Televisión, éste funcionaría mientras existió la CNTV, la cual fue liquidada en 2012 a través de la Ley 1507 dando paso a la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV) que quedaría encargada del nuevo Fondo para el Desarrollo de la Televisión y los Contenidos (AUTORIDAD NACIONAL DE TELEVISIÓN, 2013)<sup>43</sup>

El dinero del Fondo para el Desarrollo de la Televisión y los Contenidos proviene de las tarifas que pagan los operadores de televisión privados y empresas de televisión por suscripción por el derecho a explotar el servicio público de televisión, además de:

Uno punto cinco por ciento (1,5%) de la facturación bruta anual de los concesionarios de los canales nacionales de operación privada (Caracol y RCN) [...] y, las sumas que recibía la Comisión Nacional de Televisión de los concesionarios del servicio de televisión por suscripción, cableada y satelital, como producto de las compensaciones. (AUTORIDAD NACIONAL DE TELEVISIÓN, 2012)

---

<sup>43</sup> Los recursos del nuevo Fondo administrado por la ANTV tienen el mismo origen de los del Fondo manejado por la antigua CNTV (Artículo 16, Ley 182 de 1995), además de lo estipulado en los artículos 8 y 16 de la Ley 335 de 1996.

Este modelo de financiación tiene la singularidad que la mayor parte de la televisión pública se hace con dineros privados, ya que los entes departamentales y municipales socios de los canales, que serían otra fuente de financiación, se niegan a asignar presupuesto a las televisiones de sus regiones pues la ven como un gasto suntuario, y solo invierten en ella cuando pueden obtener dividendos políticos. Según el modelo entonces entre más se amplíe el mercado de la televisión por suscripción y mayores ingresos obtengan los canales privados, más dinero habrá para la televisión pública, lo cual paradójicamente desvirtúa su orientación, pues “en Colombia, la televisión pública obtiene sus recursos de las concesiones a los operadores privados. En otros países, como Francia, la TV se financia con impuestos, y ellos acentúa la naturaleza pública del bien” (BONILLA & GONZÁLEZ, 2004, p. 110). De ahí el argumento que el modelo de financiación de los canales regionales los aleja de los estándares de una TV pública.

En ese sentido, la existencia, funcionamiento, desarrollo y supervivencia de la televisión pública depende de los dineros privados, lo que en cierta medida genera una contradicción en el sistema de televisión nacional, pues si los concesionarios privados no existieran, no habría cómo sostener la TV pública, o si sus ingresos disminuyen de un año a otro, los recursos para los canales públicos se reducirán. De cierta forma, el futuro y funcionamiento de los canales regionales está condicionado por los aportes del sector privado. Por lo tanto, ese modelo subsidiado establece una relación directa entre los canales públicos y el sector privado generando una dependencia que condiciona y determina la existencia de los primeros sobre los segundos. Dicho modelo fue llamado el modelo “Robín Hood”, pues se le quita a los ricos para darles a los pobres. (GARZÓN, 2015)

Desde que se aprobó el ingreso de publicidad en los canales regionales estos comenzaron a operar similar a como lo hacía la TV pública nacional, pues son las programados privadas las que comienzan a producir la programación en los canales públicos; por eso la incidencia de los interés privados (programadoras, agencias de publicidad y anunciantes) sobre el servicio público siempre ha sido cuestionada, puesto que:

La introducción de publicidad en medios públicos es polémica. Los defensores del sistema mixto de financiación dicen que la publicidad en sí no corrompe la misión pública. Usados con criterio y ética, los patrocinios y comerciales pueden pagar programas innovadores y conectados a las aspiraciones sociales. (DETONI, 2013, p. 76)

Bajo esta lógica la televisión pública regional se ha visto obligada a competir con los canales privados por la pauta publicitaria, razón por la que no es fácil establecer diferencias

entre los dos tipos de televisión si ambas operan bajo la necesidad de vender sus audiencias a los anunciantes. En ese contexto la sostenibilidad e independencia económica de los canales regionales ha sido muy difícil. “A mi manera de ver, la televisión regional sigue siendo débil, sigue siendo frágil económicamente, vive de los recursos de la ANTV, hacen lo que pueden, pero no son realmente empresas sólidas” (VIZCAÍNO, entrevista concedida a Diego García, abril 2015). El dinero que transfiere la ANTV a los canales públicos no alcanza para cubrir gastos de funcionamiento y programación, además hay que considerar que con los aportes de dos canales privados y de los operadores de cable hay que sostener 11 canales públicos, si a los 8 regionales se agregan los nacionales *Señal Colombia*, *Canal Institucional* y *Canal UNO* que son operados por RTVC<sup>44</sup> (NARVÁEZ, 2013).

Esto ha llevado a los canales regionales a desarrollar, como cualquier empresa comercial, estrategias y departamentos especializados por medio de los cuales ofrecer audiencias a los anunciantes ávidos de ellas. Basta mirar los planes anuales de acción de algunos canales para ver cómo el criterio comercial se convierte en la razón para elaborar su programación y los contenidos que les permitirán mejorar sus ingresos: Por ejemplo: El cuarto objetivo estratégico del *Plan de Acción de Telepacífico* para el 2013 era:

Programar, producir y emitir productos de calidad, competitivos, acordes con los lineamientos de la televisión pública”, y como objetivo para alcanzarlo propuso: “producir contenidos culturales y educativos de alta calidad que respondan a los lineamientos formulados por programación, buscando la optimización de los recursos disponibles sin dejar de lado su interés comercial. (TELEPACÍFICO, 2013)

Por su parte, en el *Plan de Acción 2014* de *Teleantioquia* trazó el siguiente objetivo estratégico: “A 2015 Teleantioquia alcanzará ingresos acumulados por ventas de \$80.751 millones”, planteando como estrategias para lograrlo: “Crear franjas de alto potencial comercial. Y aprovechar la capacidad comercial para incrementar los ingresos por venta de publicidad” (TELEANTIOQUIA, 2014).

No cabe duda que la autofinanciación de la TV regional impone sobre ella una presión que la lleva a adoptar los parámetros de la TV comercial en la producción y programación de contenidos, pues debe competir con los canales privados nacionales por la pauta publicitaria, vendiendo determinadas franjas de audiencias. Como era de esperar en esa lucha por atraer

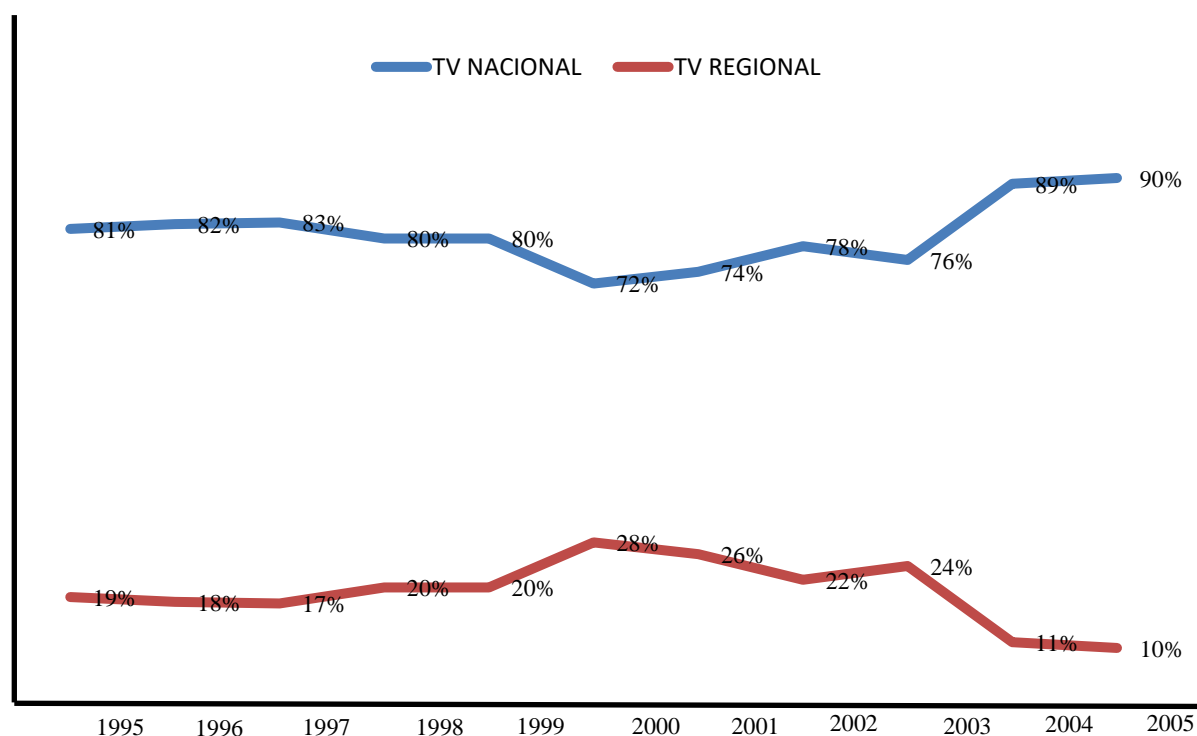
---

<sup>44</sup> RTVC es la entidad estatal que se creó luego de la liquidación de Inravisión y Audiovisuales en 2004. Es la encargada de producir y programar los canales públicos Señal Colombia y Canal Institucional con el apoyo del Fondo para el desarrollo de la Televisión y los Contenidos administrado por ANTV. También produce y programa la radio pública nacional. Ver: <http://www.rtv.gov.co/>

anunciantes los pequeños canales de las regiones se han visto desfavorecidos, ya que en general “la televisión pública se ha visto afectada por el aumento de oferta televisiva de carácter privado, una disminución de la demanda publicitaria, la reducción acelerada de los recursos de inversión para el sector tanto en infraestructura como en contenidos de calidad...” (DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN, 2004, p. 3). Por eso cuando en 1998 aparecen en escena Caracol y RCN la TV regional entra en un nuevo periodo de crisis, pues muchos anunciantes de canales regionales migran hacia los privados nacionales que les pueden ofrecer mayores audiencias para sus productos. Por tanto, con Caracol y RCN al aire, los ingresos de los regionales comienzan a disminuir paulatinamente (DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN, 2005; LAS SIETE PLAGAS DE LOS MEDIOS REGIONALES, 1999).

con la apertura de la televisión privada, la crisis de los regionales fue para todos los que existían en ese momento, y Telepacífico no fue la excepción, muchas de las empresas productoras que abastecían la parrilla se quebraron, y Telepacífico tuvo que salir a complementar esa parrilla y hacerle frente a una situación de cartera, de crisis de programación y de producción. (LATORRE, entrevista concedida a Diego García, 10 diciembre 2015)

**Gráfico 1. Inversión publicitaria televisión nacional y regional 1995-2005**



**Fuente:** Elaborado por el autor a partir de datos de la Revista P&M (1995-2005), publicación especializada en publicidad que en los primeros meses de cada año presenta el balance de la inversión publicitaria en medios de comunicación del año inmediatamente anterior.

El Gráfico 1 muestra la participación de la inversión publicitaria de los canales de cobertura nacional y regional durante once años (1995-2005). Se puede observar que en la segunda mitad de la década de 1990, cuando existían dos cadenas públicas nacionales (Canal UNO y A) y cuatro canales regionales (*Teleantioquia*, *Telecaribe*, *Telepacífico*, *Telecafé*), estos últimos tenían una participación que oscilaba entre el 17 y 20%.

A partir de 1998 la inversión publicitaria comienza a transformarse, principalmente porque se amplía el número de canales. En el ámbito Nacional además de los públicos comerciales señalados, entran en escena los privados Caracol y RCN que inician emisiones de prueba en junio de 1998 pero que comenzaron a consolidar su parrilla a partir de 1999. En el ámbito regional, una vez aprobada la Ley 182 de 1995, el número de canales regionales también se amplía, pues entran en funcionamiento Canal TRO, Canal Capital y TVAndina (Imagen 1 y 2); en consecuencia, la participación de estos en la inversión publicitaria aumenta, alcanzando en años posteriores hasta el 28%, como ocurrió en el 2000. No obstante, de ahí en adelante los canales nacionales, principalmente los privados que han consolidado una parrilla de programación y ampliado su cobertura, comienzan a acaparar cada vez más la inversión publicitaria; por tanto, inicia un periodo de declive de la participación de los canales regionales, que para 2005 eran ocho luego de la aparición de Teleislas, el último canal regional en entrar en funcionamiento.

Así entonces para 2005, los canales nacionales tienen una participación del 90% y los regionales del 10%, tendencia que seguiría a la baja en años posteriores, pues según datos de la Autoridad Nacional de Televisión, a comienzos del tercer lustro del siglo XXI la participación de los canales regionales en el mercado publicitario llegó al 3,3% (AUTORIDAD NACIONAL DE TELEVISIÓN, 2012).

Esta situación que se ha agudizado en los últimos años, pues durante el 2013, los ingresos de los canales privados nacionales y de las empresas programadoras del *Canal UNO* ascendieron a \$1.098.966 millones; en tanto, los ingresos de la TV regional, incluyendo el canal local sin ánimo de lucro Telemedellín y el privado CityTV, solo alcanzaron \$66.570 millones (ASOMEDIOS, 2014). Es decir, que los ingresos por publicidad de 11 canales regionales y locales, no es ni la décima parte del ingreso de canales privados. Como se aprecia los canales regionales son puestos a competir en un mercado desigual, pero del cual no pueden escapar, ya que de él depende parte de los recursos para su funcionamiento y existencia.



Esto ha ocasionado que algunos canales hayan estado cerca de su liquidación y cierre, o se hayan visto obligados a replantear su programación y a especializarse en un público determinado, como le ocurrió a *TVandina*, el cual comenzó en 1998 como un canal para la región compuesta por los departamentos de Cundinamarca, Boyacá, Caquetá, Tolima, Huila, Putumayo, Casanare, Meta, y Guaviare, pero que en el 2001, luego de una aguda crisis financiera, cambio su nombre a Canal 13 y direccionó a una programación juvenil para no desaparecer (DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN, 2005).

Es claro que estas situaciones son consecuencia de orientar la TV pública bajo parámetros de la TV comercial, pues

Al ser puesta a competir con los canales privados por la “torta publicitaria” y por tanto por el rating, la TV pública se verá atrapada en una cruda paradoja: o hacer una programación cada día más parecida a la de la TV privada o a una programación culturalmente para minorías exquisitas. (MARTÍN-BARBERO, 2001)

Hoy en día a los gerentes y funcionarios de los canales regionales les es imposible dejar de pensarse y gestionarse como cualquier otra empresa comercial, pues así se lo exige la Ley, y así lo deben hacer para no desaparecer en un sistema de medios públicos que ha sido establecido más para el beneficio económico de los privados que para la prestación de un servicio público.

### **4.3. Televisión pública y sus vínculos con las audiencias**

Los canales privados que funcionan en el país dejaron de lado aquellos formatos televisivos poco rentables, como documentales o programas de opinión; su programación se ha concentrado en los que generan altos ingresos por publicidad como los *realities*, telenovelas y noticieros. Igualmente, poseen una franja infantil los fines de semana, no porque estén interesados en brindar programas educativos, sino porque saben que las audiencias infantiles son mercancías valoradas por los anunciantes que ofrecen productos dirigidos a esta población y los conciben como consumidores potenciales. El éxito o fracaso de su programación se establece de acuerdo a los resultados presentados por IBOPE<sup>45</sup>; por tal motivo,

---

<sup>45</sup> Desde comienzos de la década de 1980 la multinacional norteamericana Nielsen, líder mundial en estudios de mercados y comportamientos del consumidor, llegó a Colombia a medir el rating y la inversión publicitaria en medios de comunicación. Rápidamente se constituyó en un actor monopólico en el manejo de la información sobre los hábitos de consumo de los colombianos, razón por la cual sus datos se convirtieron en pieza fundamental para los empresarios en la toma de decisiones sobre la inversión publicitaria en televisión; por tanto, antes de pautar en uno u otro programa los anunciantes verificaban los datos de Nielsen. Ese control sobre la información y el consumo de medios llevó a que se hiciera referencia a la “dictadura Nielsen”, pues no había como controvertir o contrastar los datos suministrados por la empresa norteamericana. A causa del monopolio, a

es común que programas lanzados con apoyo de grandes campañas de expectativa y millonarias inversiones salgan rápidamente del aire al no obtener una respuesta favorable de las audiencias, motivo por el cual los anunciantes retiran su pauta.

A partir de 1998 los canales nacionales bajo la orientación del Estado entraron en un periodo de decadencia, y en tan solo unos años dejaron de ser protagonistas del paisaje televisivo colombiano. Hasta ese año existían un poco más de veinte empresas programadoras, las cuales fueron desapareciendo a medida que los canales privados se consolidaban en el mercado nacional y se les hacía más difícil competir por las audiencias y anunciantes. El *Canal A* dejó de ser un canal por concesiones y pasó a llamarse *Canal Institucional*, que se encarga de difundir únicamente información de los organismos del Estado. En el *Canal Uno* lo más destacado de su programación son los noticieros en las horas de la noche; la programación del canal está en manos de tres programadoras particulares sobrevivientes del viejo sistema mixto, cada una de las cuales quedó responsable del 25% de la programación y el otro 25% es programado por RTVC<sup>46</sup>. *Señal Colombia*, es financiado 100% con los recursos de FONTVC, no emite anuncios publicitarios, y continúa con su orientación en lo cultural y educativo. A comienzos de la década de 2000 este canal entró en crisis, hasta el punto que se propuso comercializarlo igual que los dos anteriores. Finalmente y luego de grandes esfuerzos por parte de RTVC logró consolidar una programación innovadora dirigida a la infancia y juventud que en años recientes le ha merecido un reconocimiento por parte de los televidentes, logrando además, destacarse como un medio público modelo en Latino América (ARROYO, BECERRA, GARCÍA & SANTAMARÍA, 2012; ARENAS, 2015).

Bajo ese panorama en el año 2000, durante plena crisis del sistema de medios públicos en Colombia, los tres investigadores más importantes en el área de la comunicación en el país publicaron el artículo “Televisión pública, cultural, de calidad”, una especie de manifiesto en defensa de la televisión pública; en él afirmaron:

---

principios de la década de 1990, empresarios y anunciantes colombianos se aliaron con el *Instituto Brasileño de Opinión Pública y Estadística* (IBOPE) para establecer nuevos mecanismos en la medición de audiencias en el país. Luego de un periodo de competencia y a través de acuerdos empresariales, IBOPE compró la participación de Nielsen en Colombia y se estableció como la principal empresa de medición de audiencias en el país. Ver: El amo del rating, (1998, 9 de marzo). **Semana**. <http://www.semana.com/economia/articulo/el-amo-del-rating/35292-3>

<sup>46</sup> En Junio de 2016 la ANTV abrió licitación para entregar el Canal UNO a un solo operador, es decir, ya su programación no quedaría en manos de tres empresas sino de una sola; una sutil forma de privatizarlo definitivamente.

La más clara caracterización de esta televisión es que interpela, se dirige, al ciudadano más que al consumidor. Y por lo tanto su objetivo primordial reside en contribuir explícita y cotidianamente a la construcción del espacio público en cuanto escenario de comunicación y diálogo entre los diversos actores sociales y las diferentes comunidades culturales. (MARTÍN-BARBERO, REY & RINCÓN, 2000, p. 50)

Este ha sido un reclamo constante a la televisión colombiana, pero para que se haga efectivo es necesario comprender la TV pública de manera diferente a la comercial, por eso más allá de buenas intenciones, se requieren políticas públicas que reorienten el manejo de la televisión en Colombia, tanto de la pública como de la comercial. Es claro que esta última está interesada en la acumulación y el lucro, y las audiencias sólo tienen valor como mercancía con la que pueden negociar con los anunciantes; en tanto la pública debe estar orientada, también a las audiencias que son su razón de ser, pero no para utilizarlas como moneda de cambio ante las empresas de publicidad y sus clientes, sino para relacionarse con ellas en la construcción de una ciudadanía, o de diversas ciudadanías, es decir, diferentes maneras de ejercerla y disfrutarla. De ahí que sea necesario pensarlas, regularlas y evaluarlas de manera diferente.

Cuando se afirma que la TV pública debería ir al ciudadano no se cree que el ciudadano es alguien opuesto al consumidor; esta relación no puede ser entendida de forma maniquea, pues

[...] se suele imaginar al consumo como lugar de lo suntuario y superfluo, donde los impulsos primarios de los sujetos podrían ordenarse con estudios de mercado y tácticas publicitarias. Por otra parte, se reduce la ciudadanía a una cuestión política, y se cree que la gente vota y actúa respecto de las cuestiones públicas sólo por sus convicciones individuales y por la manera en que razona en los debates de ideas. (GARCÍA-CANCLINI, 1995, p. 19)

Tal separación está cargada de juicios morales que no permiten comprenderla en su profundidad. “Ahora miramos los procesos de consumo como algo más complejo que la relación entre medios manipuladores y audiencias dóciles” (GARCÍA-CANCLINI, 1995, p. 29-30) que fue durante mucho tiempo la lectura ideológica de algunos intelectuales sobre los medios de comunicación, en la que estaba implícita una concepción lineal de la comunicación y una identificación de las audiencias con la pasividad y la sumisión.

La aproximación de la ciudadanía, la comunicación masiva y el consumo tiene, entre otros fines, reconocer estos nuevos escenarios de Constitución de lo público y mostrar que para vivir en sociedades democráticas es indispensable aceptar que el mercado de opiniones ciudadanas incluye tanta variedad y disonancia como el mercado de la ropa y los entretenimientos. Recordar que los ciudadanos somos también consumidores lleva a encontrar

en la diversificación de los gustos una de las bases estéticas que justifican la concepción democrática de la ciudadanía. (GARCÍA-CANCLINI, 1995, p. 29-30)

Si las personas son ciudadanos y consumidores al mismo tiempo, lo que se reclama de la TV pública es una propuesta diferente a la privada, no necesariamente opuesta a ella, sino alternativa, con una oferta que no se limite a los formatos más rentables ni segmente las audiencias de acuerdo a los intereses comerciales, que proponga una agenda pensada en y desde aquellos ciudadanos que no se identifican ni son considerados en la propuesta de los canales privados.

Es posible que la publicidad siga participando en la financiación de la televisión pública, no se puede eliminar a este sector ni negar su importancia en la industria de los medios, pero cuando ella se vuelve la principal fuente de financiamiento y cuando los programas comienzan a ser pensados más para atraer anunciantes que para cumplir con el servicio público, hay que detenerse a repensar el modelo y las normas que lo reglamentan. Ya que como lo declaró la Unesco

Lo que puede resultar perjudicial para la radio y televisión pública es encontrarse en posición de competencia muy aguda y tener, para garantizar su supervivencia, que arreglárselas para conseguir recursos entre los anunciantes. En ese caso, se vuelve muy fuerte la tentación de apartarse de las obligaciones de servicio público para producir el mismo tipo de programa que los que ofrecen los competidores privados. (UNESCO, 2001, p. 17)

Al querer buscar consumidores para vender a los anunciantes, se está dejando por fuera las necesidades de los televidentes que no cumplen con los perfiles de consumo, como por ejemplo, minorías étnicas, religiosas y culturales, población rural, discapacitados y tercera edad. La televisión pública debe servir a todos los miembros de la sociedad, en tanto, los canales pensados bajo criterios comerciales concentrarán su oferta en los segmentos de audiencias más lucrativos.

Si la TV pública no dependiera tanto de la pauta publicitaria, la aparición de los privados en 1998 no hubiese generado una crisis tan profunda de los canales regionales, obligándolos a entrar en una competencia desde todos los puntos de vista desigual. El modelo de financiación de la TV pública en Colombia fue viable para la época en la que no era permitida la libertad de canales, pero a partir de su aprobación, ese modelo debió cambiar pues entraron a jugar nuevos competidores con ventajas económicas y empresariales que los canales públicos no podían enfrentar. Esto ha ocasionado grandes presiones y exigencias a los canales públicos colombianos, pues como en otros lugares en los que ha ocurrido este

fenómeno, de la TV pública “se espera que sea productiva, eficaz, capaz de generar sus propios ingresos y de atraer a los consumidores. Además que se distinga de los canales privados por su programación. Así que se espera que sea similar y diferente al mismo tiempo” (ATKINSON & RABOY, 1998, p. 25). Esta es la contradicción en la que están encerrados los canales regionales en Colombia: se les pide que funcionen como empresas comerciales, sin dejar de ser públicos, y que produzcan contenidos diferentes a los de los canales privados pero compitiendo con ellos por la pauta y los anunciantes. De ahí que para que los canales regionales no sean medidos desde criterios comerciales, hay que revisar, entre otros asuntos, las políticas audiovisuales en el país y el modelo de financiación, para definir leyes que garanticen la sostenibilidad de estos canales más allá del éxito comercial de sus contenidos y no seguir sometiéndolos a una competencia inequitativa en la que el oligopolio de la televisión privada tiene todas las armas y ventajas para imponerse.

Pese a toda estas problemáticas, la TV regional ha sobrevivido, demostrando su valor social y cultural, pues muchos de estos canales son el único medio con el que cuentan las regiones para verse, conocerse e imaginarse en un paisaje televisivo históricamente centralizado en Bogotá y en los últimos años controlado por Caracol y RCN, que están poco interesados en comunicar y representar el país diverso y plural. Por estas razones la TV pública debe existir y defenderse, por sus funciones sociales y culturales, por su papel en la democracia, como escenario de diversidad y pluralidad. Para ello se debe superar la posición que la ve únicamente como un simple instrumento educativo y cultural, y comprenderla como lo que es: un medio de información y entretenimiento, pero en el que debe haber una oferta diversa y amplia, y que no esté determinada por las fragmentaciones y límites del mercado.

No se está pensando en una TV pública ideal como la BBC de Londres durante la primera mitad del siglo XX, ni en una televisión iluminista como existió durante la segunda mitad del siglo pasado en muchos países europeos y que algunos latinoamericanos intentaron imitar; más bien se piensa en una TV que responda a otras lógicas y se adapte a una nueva época. TV que responda a las necesidades de las audiencias, pero no a las que el mercado dice que ellas tienen. La TV privada no ha traído la diversidad de contenidos que prometía, por el contrario ha reducido la oferta, que en el caso colombiano no pasa de telenovelas y series sobre el narcotráfico, *realities* repetidos una y otra vez y noticieros sensacionalistas en los que la conveniencia política y económica se impone sobre el derecho a la información.

La TV pública debe poner a “trabajar” a sus audiencias para ejercer la ciudadanía, no para el capital, ni para los gobiernos de turno como también se ha evidenciado en la realidad de los canales regionales, pues solo de esa forma cumplirá con sus propósitos y podrá constituirse en una opción de información y entretenimiento sin estar mediada y sesgada por los intereses económicos y políticos. En ese sentido, el próximo capítulo abordará otro aspecto clave para los canales públicos, los órganos de gestión y administración, pues se desea destacar, cómo hasta el momento la televisión regional ha sido gestionada como TV estatal, en la que los gobiernos regionales y locales tienen gran incidencia en las decisiones que sobre ellos se toman.

## V. ÓRGANOS DE GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE LOS CANALES REGIONALES<sup>47</sup>

Uno de los objetivos de la presente investigación ha sido cuestionar la existencia de TV pública en Colombia; por ello, este capítulo tiene como propósito poner en evidencia cómo los canales regionales que nacieron hace treinta años con la misión de producir contenidos culturales e informativos para el desarrollo social y cultural de las regiones, han sido cooptados por los poderes políticos regionales, concibiéndolos como canales estatales al servicio de los gobernantes de turno.

Para ello se presentan cinco formas en las que los políticos han usado y se han apropiado de la televisión pública, a) Nombramiento de gerentes; b) Presión a periodistas y/o programas; c) Adjudicación de noticieros; d) Sobreexposición de los gobernadores y políticos; e) Pauta oficial. En ese contexto los canales públicos regionales se alejan de los criterios de independencia y autonomía que deben caracterizar a los canales de gestión pública. En la primera parte se describen las diferencias entre televisión pública y estatal y cómo históricamente en Colombia la televisión pública se ha gestionado bajo criterios estatales. Posteriormente se profundiza en las cinco formas de uso político de la TV pública. Finalmente se argumenta que solo a través de políticas audiovisuales se puede blindar a los canales públicos para que no sigan siendo usados por los políticos locales.

### 5.1. Televisión pública de uso estatal

Uno de los indicadores más importantes para establecer las fronteras entre canales públicos y estatales son los órganos de gestión; es decir, la estructura administrativa que poseen y la independencia frente a poderes públicos. De acuerdo a la Unesco (2001) y especialistas como Eugenio Bucci (2013), Silvio Waisbord (2013), Luís Arroyo y Ángel García (2012), entre otros, la gestión y administración de un canal Estatal depende directamente de los gobiernos; en tanto, la TV pública debe ser gestionada por órganos autónomos. “Partimos de la noción de que una emisora pública pertenece al público y es administrada según criterios públicos no estatales” (BUCCI, CHIARETTI & FIORINI, 2013, 21).

Dicha diferencia no se ha dado en Colombia, ya que a lo largo de la historia de la televisión denominada como pública ha quedado evidenciado cómo la TV nacional funcionó como televisión Estatal, pues durante más de cuarenta años su control, administración y gestión dependió de entidades vinculadas al poder ejecutivo, así ocurrió durante la existencia de la Televisora Nacional, de Inravisión y de la actual ANTV (GARZÓN, 2015). Incluso cuando a partir de la Constitución Política de 1991 se promueve la creación de una entidad autónoma, la cual posteriormente fue creada por la Ley 182 de 1995, esta no logró la

---

<sup>47</sup> Una versión preliminar de este capítulo titulada *Apropiación y uso político de la televisión pública en Colombia* fue sometido a evaluación en la revista científica **Mediaciones** y será publicado en Junio de 2017.

independencia deseada (TÉLLEZ, 2000; VARGAS, 2009), motivo por el que fue liquidada en 2012, fecha desde la cual la TV volvió a la órbita del poder ejecutivo (Tabla 16).

**Tabla 16. Entidades administradoras del servicio público de televisión en Colombia**

ENTIDAD	MARCO LEGAL	DEPENDENCIA	CREACIÓN	DESAPARICIÓN
Televisora Nacional	Decreto 101 de 1955	Poder Ejecutivo	1955	1964
Instituto Nacional de Radio y Televisión (Inravisión)	Decreto 3267 de 1963	Poder Ejecutivo	1964	2004
Comisión Nacional de Televisión (CNTV)	Constitución Política de 1991. Ley 182 de 1995	Autónomo	1995	2012
Autoridad Nacional de Televisión (ANTV)	Acto Legislativo No 2 de 2011. Ley 1507 de 2012	Poder Ejecutivo	2012	Vigente

**Fuente:** Elaborado por el autor.

Por tales razones, en Colombia no hay una tradición de canales públicos, lo que se ha desarrollado es una televisión estatal dependiente de los gobiernos. Desde su nacimiento en 1954 la TV colombiana fue manejada y controlada por el Estado con alta participación de intereses políticos y económicos de las empresas que licitaban para la elaboración de la programación. Por tanto, durante años los criterios políticos se impusieron sobre los criterios técnicos, por eso funcionó como televisión estatal, pues la asignación de programación y cargos en Inravisión se usaron para pagar favores políticos y en beneficio de las programadoras, y no de acuerdo a necesidades técnicas del medio o a la prestación de un servicio público (MARÍN, 2006).

Un problema del sistema mixto y en general de la televisión colombiana, ha sido la intervención de los gobiernos y de los políticos. Intervención en varios sentidos: en primer lugar, en la asignación de espacios televisivos, que terminaba convirtiéndose en un elemento de gobernabilidad más que de distribución por méritos y en segundo lugar, en la asignación de noticieros, que eran concedidos con claros criterios políticos y partidistas. (REY, 2002, p. 126)

Por eso se volvió habitual que la programación se asignara por intereses políticos como ocurrió con los noticieros, ya que “Las licitaciones de los espacios de información se llegaron a organizar de acuerdo a la presencia de las fuerzas políticas en el panorama político del país. Durante un tiempo, buena parte de los hijos de los expresidentes, si no todos, tuvieron su propio telediario de televisión” (REY, 2002, 156-157). Algo similar aconteció con los cargos administrativos en Inravisión, pues a la dirección del instituto que por casi cuarenta años administró la TV llegaron personas ajenas a la televisión pero cercanas a los partidos políticos tradicionales, como bien lo señaló una nota de prensa en los años 80 “...la calidad de la televisión ha rebajado su nivel por la intromisión de los políticos; por eso la provisión de altos cargos que tiene que ver con las comunicaciones y la TV, se ha hecho siempre con



criterio político y no técnico” (RESTREPO, 1984, Párr. 11). De ahí que era común que antes o después de pasar por el Instituto, muchos directivos ocuparan cargos en el sector público sin relación con el medio de comunicación. Por eso, luego muchos se convertirían en Ministros o viceministros (Carlos Eduardo Medellín, William Fadul), Gobernadores departamentales (Gustavo Lecompte, Eduardo Verano), secretarios de la presidencia de la República (Vicente Silva Vargas), entre otros cargos de públicos a nivel local y nacional (Fernando Restrepo, Gustavo Samper Rodríguez, Antonio Bustos Esguerra, Edgar Plazas, María Piedad Mosquera).

Si bien después de la entrada en funcionamiento de los privados y la liquidación de Inravisión en 2004 los canales públicos nacionales entraron en decadencia perdiendo influencia en el panorama político y mediático, el uso político partidista de la televisión continuó, ya que tanto en la Comisión Nacional de Televisión como en la Autoridad Nacional de Televisión que asumieron parte de las funciones de Inravisión, los intereses políticos e intervención del gobierno sigue presente (GARZÓN, 2015). Esto sucede porque:

El poder político no está dispuesto a perder el control de la televisión, que es la que moldea la opinión pública; la misma Comisión Nacional de Televisión, que era más o menos autónoma, pero de cinco [integrantes] el gobierno tenía dos, directamente escogía los puestos a dedo y en los otros tres el gobierno intervenía por medio del mecanismo de elección. Era muy fácil para el gobierno hacer la mayoría. (YANCES, entrevista concedida a Diego García, 15 de mayo 2015)

En consecuencia, la intromisión de políticos en la televisión pública es un mal que la acompaña desde su inauguración, pues desde esa época partidos políticos, poderes ejecutivo y legislativo han intervenido en su manejo, moldeándola a sus intereses y al de sus aliados. En ese panorama los canales regionales no han escapado al uso político, pues desde su creación poderes políticos intervienen de forma desmedida manipulando diferentes asuntos administrativos y técnicos a su antojo, confundiendo una vez más televisión pública con televisión estatal, caracterizando esta última como aquella que tiene alta dependencia de instituciones estatales y de los gobiernos que lo administran, tanto en financiación como gestión, y su agenda se define a partir de intereses del gobierno de turno, sin que ello sea considerado una violación a su autonomía e independencia (UNESCO, 2001; ARROYO et al., 2012; BECERRA; WAISBORD, 2015). Refiriéndose a las diferencias entre medios públicos y estatales Silvio Waisbord afirma:

Los medios públicos suponen mecanismos de participación y autonomía frente a intereses partidario y privados y el predominio de criterios que fortalezcan intereses comunes, diferentes del comercialismo o de la propaganda. En cambio, los medios estatales son dependencias del poder ejecutivo ligadas a la lógica de acumulación de poder comunicacional. (WAISBORD, 2013, p. 86)

Lo que históricamente ha sucedido en Colombia es una intervención de los gobiernos en la televisión denominada como pública, situación que viene generando constantes crisis en los canales regionales, dado que su proyección ha quedado supeditada a intereses políticos y no a las necesidades del canal y las audiencias. La incidencia de políticos y gobiernos regionales en la TV no solo desvirtúa su esencia, además afecta su funcionamiento y el alcance de sus objetivos, pues “cuando el Gobierno se apropia del control y el contenido de los medios públicos, su gestión suele estar conducida por una visión cortoplacista que es incluso potenciada por el carácter cambiante y temporal de los Gobiernos” (ARROYO, BECERRA, GARCÍA & SANTAMARÍA, 2012, 134). En consecuencia los canales públicos no logran planes a largo plazo, pues tanto sus metas, programación e incluso imagen cambia de acuerdo a los gobiernos.

No caben dudas que los ocho canales regionales que funcionan en la actualidad se han constituido en espacios para narrar y representar las particularidades culturales de los departamentos y municipios sin el sesgo centralista de la capital de la República. Desde que entró en funcionamiento el primer canal en 1985 se han ampliado los referentes para pensar e imaginar la nación, pues luego de treinta años de televisión bogotana (1954-1984), las regiones conquistaron un espacio para contarse y representarse desde sus propios lenguajes y referentes.

*Teleantioquia, Telecaribe, Telepacífico, Telecafé, TRO, Canal Capital, Canal13 y Teleislas* están constituidos como Empresas Industriales y Comerciales del Estado (EICE) en las que se asociaron entidades públicas municipales y departamentales; no obstante, la participación de diferentes entes públicos ha llevado a que entren en el juego político, ya que los funcionarios de dichas entidades y partidos políticos vienen usándolos en beneficio de su carrera política y personal.

## **5.2. Usos políticos de los canales regionales**

A lo largo de treinta años se han identificado cinco formas en la que los políticos interfieren en el manejo de los canales regionales, estas son: a) Nombramiento de gerentes; b)

Presión a periodistas y/o programas; c) Adjudicación de noticieros; d) Sobreexposición de los gobernadores y políticos; e) Pauta oficial. Para explicar estas situaciones a continuación se describen las cinco formas de gubernamentalización identificadas, cada una de ellas acompañada de un caso particular ocurrido en alguno de los canales analizados.

### **5.2.1. Nombramiento de gerentes**

Según la Ley 14 de 1991 los gerentes deben ser nombrados por las Juntas Administradoras. No obstante, como se mostró en los capítulos previos, en los canales estudiados los gobernadores poseen la mayoría de votos de dichas juntas, motivo por el cual los nombramientos se hacen respondiendo a intereses políticos de quienes están en el poder y no a las necesidades de la televisión. Por tanto, los gerentes han entrado a formar parte de los gabinetes departamentales, de ahí la coincidencia de sus periodos con el de los gobernadores.

Por eso se ha vuelto costumbre que al cargo lleguen personas con poca experiencia en la administración de medios, pero muy cercanas a las gobernaciones y partidos políticos. Esto ha generado que los canales públicos se usen para pagar favores y nombrar funcionarios ajenos a la televisión pero ávidos de impulsar su carrera, por eso una vez en la gerencia lo usan, no solo como medio oficialista del gobernador, sino para ganar visibilidad y avanzar en su carrera política.

Si bien este es un fenómeno común a toda la TV regional, la situación varía de una región a otra, ya que cada canal tiene autonomía para definir sus estatutos; por tanto, los mecanismos y criterios para nombrar los gerentes varían. Lo que es claro es que en ninguno de los casos analizados se definen claramente los perfiles que deben tener estas personas ni el periodo durante el que deben ocupar el cargo; por eso es común que cuando se posesionan nuevos gobernadores, el gerente del canal se cambia como cualquier otro cargo del gabinete departamental.

Una muestra de la influencia de los políticos en la elección de los gerentes se puede evidenciar en lo que ha ocurrido con *Telepacífico* en años recientes, dado que en la dirección han sido nombradas personas cercanas a los gobernadores, incluso han sido designados exfuncionarios de la gobernación (Tabla 17). Dicha situación se ha agudizado en la última década, principalmente a partir del Acuerdo No. 14 del 29 de septiembre de 2003 “Por medio del cual se modifica el artículo 13 del Acuerdo No. 04 de enero 27 de 2003”. A través del Acuerdo de septiembre de 2003 el gobernador del departamento del Valle del Cauca pasa a

ser miembro de la Junta Administradora Regional, de la cual además actuará como presidente. Antes de este Acuerdo era la Secretaría de Hacienda del departamento la que participaba en la Junta del canal regional, no el gobernador. Es por esta situación que en los años siguientes la influencia e incidencia de los gobernadores departamentales en la gerencia de *Telepacífico* se hizo notoria y el cargo comenzó a ser ocupado por personas afines a los gobernadores, de ahí que entre 2006 y 2015 el canal ha cambiado de gerente tantas veces como el departamento de gobernador.

**Tabla 17. Gerentes Telepacífico entre 2006 y 2015**

GERENTE	PERIODO	GOBERNADOR	FORMACIÓN	EXPERIENCIA PROFESIONAL	
				Antes Telepacífico	Después Telepacífico
Héctor Moreno	Abril/2006-Dic/2007	Angelino Garzón Ene/2004-Dic/2007	Historiador, Magister Estudio Políticos, PhD en Realidad Política de América Latina.	Profesor Universitario. Asesor Gobernador Angelino Garzón	Profesor Universitario. Asesor Alcalde de Cali Jorge Ospina
Víctor Salcedo	Ene/2008-Mar/2009	Juan Carlos Abadía Ene/2008-May/2010	Comunicador Social.	Jefe Comunicaciones Alcaldía de Buga. Licorera del Valle.	Secretario de Gobierno (Juan Carlos Abadía). Gobernador encargado del Valle.
Silvia López	2009-2010	Juan Carlos Abadía Ene/2008-May/2010 Francisco Lourido Agos/2010-Dic/2011	Abogada. Posgrado Ciencias Políticas.	Contratista Gobernación de Juan Carlos Abadía.	Sin Información
Lorena Mendoza	Feb/2010-Dic/2011	Francisco Lourido Agos/2010-Dic/2011	Abogada.	Personería de Cali. Contraloría de Cali. Secretaria Jurídica de Jamundí. Jefe oficina jurídica del Canal.	Procuradora provincial Cali y Barranquilla.
Alberto Cobo	Ene/2012-Jul/2012	Héctor Useche Ene/2012-Mar/2012	Abogado. Especialista derecho administrativo.	Asesor Departamento Administrativo de Gestión del Medio Ambiente. Jefe Oficina Control Interno Telepacífico.	Sin Información
Luz Elena Azcarate	Jul/2012-Sep/2014	Ubeimar Delgado Jul/2012-Dic/2015	Abogada. Especialista Gerencia Social.	Diputada departamental. Secretaria Desarrollo Social Gobernación del Valle (Juan Carlos Abadía), Directora Ejecutiva Corpovalle. Asesora Gobernador Useche	Aspirante Alcaldía Cali. Secretaria Educación de Cali
Mauricio Prieto	Sep/2014-Dic/2015	Ubeimar Delgado Jul/2012-Dic/2015	Abogado. Especialista Derecho Comercial. Maestría Políticas Públicas.	Gerente Beneficencia del Valle. Gerente Imprenta Departamental. Secretario Jurídico Gobernación Valle y Asesor Gobernador Ubeimar Delgado.	Sin información

**Fuente:** Elaborado por el autor.

Como se evidencia en la tabla anterior, en Abril de 2006 ingresa como gerente del canal Héctor Moreno, que antes de su llegada a la gerencia no se le conocía experiencia en el manejo de medios de comunicación, pues según la información recopilada la mayor parte de su carrera la desempeñó como profesor universitario; además había trabajado como Asesor de Angelino Garzón; es decir, del gobernador que como presidente de la Junta Administradora lo

nombró en el cargo. Después de salir de *Telepacífico*, Moreno regresa a la docencia universitaria, pero también continúa su actividad como asesor político.

A la salida de Moreno se vincula Víctor Salcedo que fue gerente del canal entre enero de 2007 y marzo de 2009; esto quiere decir, que empezó su periodo durante el último año de gobernación de Angelino Garzón y el primero de Juan Carlos Abadía. Antes de ocupar la gerencia del canal trabajó en la alcaldía del municipio Buga (Valle del Cauca) y en la empresa de Licores del Valle. Cuando sale del canal, Salcedo es nombrado Secretario de Gobierno del departamento por Juan Carlos Abadía, gobernador que sería suspendido en 2010 por participación en política<sup>48</sup>.

Víctor Salcedo es reemplazado por Silvia López, abogada que tendría un paso corto por *Telepacífico*, pues no alcanzó a estar un año, ya que renunciaría antes de la adjudicación de la franja informativa, la cual según algunos observadores era manipulada por el entonces gobernador Abadía para castigar a un telenoticiero que no lo apoyó en su proyecto político (Ver apartado 5.2.3. Adjudicación de noticieros). Cabe resaltar que antes de ser nombrada gerente, Silvia Patricia había firmado contratos de asesoría con la gobernación del departamento mientras Abadía era gobernador.

Ante la renuncia de López la Junta nombra a Lorena Mendoza que se venía desempeñando como jefe de la oficina jurídica de *Telepacífico*. Antes de entrar a trabajar en el canal regional Mendoza trabajó en la Personería y Contraloría de Cali, y como Secretaría Jurídica de la alcaldía del municipio Jamundí (Valle del Cauca).

Tras su salida del Canal en 2011, Lorena Mendoza es nombrada Procuradora Provincial de Cali y luego en Barranquilla, lo cual evidencia una vez más que la vida de los

---

<sup>48</sup> Juan Carlos Abadía fue elegido gobernador del departamento del Valle del Cauca para el periodo 2008-2012. Durante sus primeros años fue acusado de diversos actos de corrupción, como usar dineros públicos para pagar favores políticos, abusar del presupuesto para la promoción de su imagen y de interferir en aspectos administrativos del canal regional *Telepacífico*; sin embargo, Abadía sería destituido y sancionado para ejercer cargos públicos durante 10 años por la Procuraduría General de la Nación en 2010 por participación en política, pues según el ente de control, Juan Carlos Abadía realizó reuniones con alcaldes y funcionarios públicos de la región para favorecer la candidatura de un integrante del partido Conservador en las elecciones presidenciales de 2010. Posteriormente, Juan Carlos Abadía recibiría una nueva sanción por irregularidades en contratación pública. Ver: NUEVA sanción de la Procuraduría contra el exgobernador Juan Carlos Abadía. **El País**, Cali, 26 de febrero, 2015. Disponible: <http://www.elpais.com.co/elpais/valle/noticias/procuraduria-destituye-e-inhabilita-por-10-anos-juan-carlos-abadia>. Procuraduría fijó a 10 años inhabilidad de exgobernadores Abadía y Useche. **El País**, Cali, 28 de febrero, 2013. Disponible: <http://www.elpais.com.co/elpais/valle/noticias/procuraduria-rebaja-10-anos-inhabilidad-exgobernadores-abadia-y-useche>

gerentes de *Telepacífico*, antes y después de ocupar ese cargo, no está vinculada a los medios de comunicación, sino a cargos públicos controlados por los políticos regionales.

Cuando Mendoza sale de *Telepacífico*, llega Alberto Cobo, quien es nombrado en enero de 2012 por el recién posesionado gobernador Héctor Useche. Cobo es abogado de formación y antes de ser gerente era jefe de la oficina de control interno del canal y se había desempeñado como asesor de Departamento Administrativo de Gestión del Medio Ambiente (DAGMA), entidad del municipio de Cali (Valle del Cauca).

Como el gobernador Useche sería destituido por los entes de control tres meses después de su posesión<sup>49</sup>, la estadía de Cobo en el canal fue corta. Ante la destitución del gobernador se convocan nuevas elecciones, que son ganadas por Ubeimar Delgado, político vinculado al partido conservador.

En julio de 2012, dos semanas después de la posesión del nuevo gobernador, es nombrada en la gerencia Luz Elena Azcarate. Con el nombramiento de Azcarate, nuevamente llega una persona con poca trayectoria en los medios de comunicación y sí, con mucha cercanía a las élites políticas. Azcarate es abogada, fue diputada departamental; secretaria de Desarrollo Social de la gobernación de Juan Carlos Abadía y asesora de Héctor Useche, ambos destituidos por la Procuraduría. Pero los vínculos de Azcarate con los políticos no se limitan a haber trabajado con ellos, Azcarate además es esposa de Mauricio Guzmán, exgobernador del Valle del Cauca (1990-1991) y exalcalde de Cali (1995-1996), cargo del que fue destituido por nexos con el narcotráfico.

Azcarate estaría al mando del canal hasta septiembre de 2014, cuando renuncia a la gerencia para aspirar a la alcaldía de Cali por el partido Conservador. En lugar de Luz Elena Azcarate, una vez más se nombra como gerente a un profesional cercano de la gobernación, en este caso, Mauricio Prieto, que durante el mandato de Ubeimar Delgado fue Gerente de la

---

<sup>49</sup> Héctor Fabio Useche antes de ser elegido gobernador del departamento del Valle del Cauca se desempeñó como Secretario de Salud departamental durante el periodo de Juan Carlos Abadía. Una vez destituido Abadía, se convocaron nuevas elecciones, a las que Useche se presentó como candidato para defender las políticas de su predecesor, elecciones que finalmente ganó. Se posesionó como gobernador departamental el 1 de enero de 2012. Sin embargo, Héctor Useche estaría en el cargo tanto solo tres meses pues la Procuraduría General de la Nación tenía abierta una investigación desde su periodo como Secretario de Salud por detrimento patrimonial de la Industria de Licores del Valle, motivo por el que fue sancionado 17 años para ejercer cargos públicos. Ver: HÉCTOR Fabio Useche no podrá seguir ejerciendo como Gobernador del Valle. *El País*, Cali, 24 de marzo, 2012. Disponible: <http://www.elpais.com.co/elpais/valle/noticias/contraloria-ratifica-sancion-contra-hector-fabio-useche-y-juan-carlos-abadia>

Imprenta Departamental, gerente de la Beneficencia del Valle y Secretario Jurídico del despacho del gobernador.

Una particularidad del caso analizado es que de los últimos siete (7) gerentes solo uno (1) tiene formación en comunicación social y periodismo, de los seis (6) restantes, cinco (5) son abogados y uno (1) historiador; a ninguno de ellos se le conocía experiencia en medios de comunicación, pero sí era evidente sus relaciones con el gobernador que como presidente de la Junta Administradora los posesionó como gerentes del canal regional.

[...] hay cierto tipo de cosas que aún hoy siguen sin solucionar completamente de administraciones, y tiene que ver con la forma de la escogencia de los gerentes, y ha habido gobernadores que han entendido el tema perfectamente y se han ocupado de colocar excelentes gerentes al frente de Telepacífico, hay otros que no creo que hayan sido malintencionados, pero no entendieron la profundidad que significa tener un medio de comunicación en sus manos, y seguramente algunos lo utilizaron para la promoción de los fines políticos de la promoción del gobernante de turno, que para lo que realmente lo tenían que utilizar. (LATORRE, entrevista concedida a Diego García, 10 diciembre 2015).

Esta situación ha traído como consecuencia que el canal público se emplee como caja de resonancia de los gobernadores, ya que los gerentes ponen al servicio del mandatario el canal, concibiéndolo como una extensión de la oficina de prensa departamental.

### **5.2.2. Presión a periodistas y/o programas**

La presión que poderes regionales ejercen sobre programas y periodistas se puede dar de muchas formas: torpedeando el acceso a información, intimidando de forma directa a periodistas o limitando su actividad profesional. A diferencia de otras formas de intervención, la presión a periodistas no se limita a los gobernadores, también es ejercida por otros funcionarios como diputados, concejales y secretarios, o desde entidades como las contralorías y procuradurías.

Las presiones a programas y/o periodistas se hacen visibles cuando estos promueven agendas u opiniones que controvierten premisas de entidades o funcionarios que consideran que el canal público no debe ser espacio para poner en cuestión sus acciones, sino para apoyar incondicionalmente los postulados de entidades departamentales y municipales.

Un caso de presión a periodistas se registró en 2013 en *Teleantioquia*, cuando Juan Pablo Barrientos director del noticiero *Teleantioquia Noticias*, fue denunciado ante la gerente por dos diputados departamentales, que acompañados del jefe de la oficina de comunicación de la

gobernación y apoyados en una grabación realizada al concejo de redacción del noticiero, acusaban al periodista de emitir información falsa o inexacta sobre los diputados del departamento.

Se debe destacar que *Teleantioquia Noticias* es un informativo producido por el mismo canal; es decir, no es producido por una empresa o concesionaria externa, situación que va en contra de lo estipulado por la Ley 182 de 1995 que exige la entrega de los espacios informativos a través de licitaciones; así se especifica en el Artículo 37, numeral 2, inciso 3: “Los canales regionales estarán obligados a celebrar licitaciones pública para la adjudicación de los programas informativos, noticieros y de opinión y el acto de adjudicación siempre se llevará a cabo en audiencia pública” (COLOMBIA, Ley 182, 1995).

En *Teleantioquia* históricamente los noticieros del canal pertenecían a empresas periodísticas que funcionaban como concesionarias para la producción de noticieros, que hasta antes de la Ley de 1995 eran asignados directamente, por eso hasta finales de la década de 1990 uno de los noticieros fue producido por Coopercol, cooperativa de periodistas; no obstante, para seguir los preceptos de la Ley 182, en el año 2000 el canal realizó la licitación pública para la asignación de los espacios informativos; no obstante, argumentando razones técnicas, *Teleantioquia* declaró nula la adjudicación; o sea, que ninguna de las empresas que se postularon para producir el noticiero cumplían con los requisitos, motivo por el cual *Teleantioquia* asumió la producción del noticiero (RODRÍGUEZ, 2014).

Desde ese momento el principal noticiero de *Teleantioquia* pasó a depender de la dirección del canal; por tanto, desde la época ha sido un informativo ligado a la gobernación del departamento que tiene incidencia directa, no solo en la elección del gerente del canal, sino del personal que trabaja en el noticiero.

Desde entonces el medio informativo más importante del departamento, por lo menos en cuanto a televisión se trata, ha estado en manos de la Gobernación de Antioquia, lo que en palabras más o palabras menos lo convierte en un medio informativo institucional, pues tanto su director(a) como sus periodistas y cuerpo técnico son nombrados por las directivas del canal regional y en muchos casos directamente por el gobernador en ejercicio. (RODRÍGUEZ, 2014)

Por estos motivos, funcionarios de la gobernación, principalmente de la oficina de comunicación del departamento se han sentido propietarios del noticiero, de ahí que abiertamente hayan exigido, a la entonces gerente, la renuncia del director de *Teleantioquia*



*Noticias*, ya que según ellos el periodista les hacía la guerra desde el noticiero. Ante la presión y clara violación de la libertad de prensa, el periodista renunció y en una carta en la que explicaba su salida manifestó:

Las presiones de todo tipo, sobre todo políticas, hicieron que esa decisión estuviera tomada. En año y medio mi trabajo e independencia fueron respetados [...], pero en las últimas semanas se hicieron constantes algunos conflictos y reclamaciones por parte de diputados, concejales, secretarios de la gobernación y la alcaldía. (BARRIENTOS, 2013)

Esta situación se generó porque el programa informativo del que Barrientos era director es un noticiero producido directamente por el canal; es decir, no ha sido entregado a través de licitación como lo exige la Ley; esto implica que el director del noticiero es nombrado por el gerente de *Teleantioquia*, o sea, por una persona que responde a intereses del gobernador. Esto ha generado que el programa informativo se conciba como noticiero oficial de la gobernación. Por eso los diputados que exigieron la renuncia del periodista lo hicieron acompañados del jefe de la oficina de comunicación del gobernador, pues bajo esa lógica, tanto el canal como su programa informativo pertenecen al departamento, de ahí que se les pueda exigir la renuncia a sus periodistas sin ningún decoro.

Este caso evidencia cómo muchos funcionarios consideran que por ser un canal público el canal regional les pertenece y tienen derecho para intervenir en su agenda, nuevamente un canal público gestionado como estatal.

### **5.2.3. Adjudicación de noticieros**

Según la mencionada Ley 182 de 1995, los canales regionales tienen autonomía para asignar programación, ya que pueden delegar en empresas programadoras la producción de determinados espacios a través de la cesión de derechos. No obstante, en lo referente a la adjudicación de espacios informativos, la normativa sugiere que deben ser entregados en licitación pública. A pesar de ello, existen canales, como *Teleantioquia*, que prefieren entregar los espacios informativos bajo el modelo de cesión de derechos, desconociendo lo proferido en el numeral 3, del artículo 37 de la Ley 182 de 1995 señalado en el apartado anterior.

Si bien se podría pensar que la licitación pública blinda el proceso de adjudicación e impide que intereses políticos o económicos intervengan en la decisión, en la historia reciente

se ha podido evidenciar cómo estos procesos se manipulan para favorecer o perjudicar a determinadas programadoras.

Aunque a una licitación se presente un número grande de contratistas, el proceso no es transparente ya que los intereses económicos en juego, en su simbiosis con la política, no favorecen las mejores propuestas, sino aquellas que ofrecen dádivas y la posibilidad de alcanzar o mantener posiciones políticas o la misma administración de una entidad pública. (PÁEZ & SILVA, 2010, p. 46)

Por estos motivos, en ocasiones los requisitos para participar en la licitación se adecuan para beneficiar a empresas cercanas a los intereses del o los gobernadores, o para limitar la participación de quienes no lo son.

Sumado a lo anterior, la decisión final de adjudicar las franjas informativas recae sobre las Juntas Administradoras, de ahí que la Junta sirva para ratificar procesos manipulados o para reversar decisiones inconvenientes al gobierno.

Para ejemplificar esta situación nuevamente se hace referencia a *Telepacífico*. Al igual que en los demás canales, los noticieros son los programas de mayor solidez y tradición, ya que cuentan con ratings más altos, pues las audiencias regionales reconocen en ellos espacios para informarse de realidades cercanas que los noticieros nacionales no reflejan (GARCÍA, 2010).

En consecuencia los programas informativos son importantes para los políticos, dado que a través de ellos pueden ganar visibilidad y legitimar su visión de región, por eso en la medida en que puedan intervenir en la elección de las empresas que emitirán los noticieros los poderes regionales manipulan el proceso licitatorio.

Así ocurrió en 2010 en *Telepacífico*, ya que a través de un dudoso proceso de licitación la Junta Administradora, trasladó el noticiero *90Minutos* del horario de la 1:00 p. m. para las 10:30 p. m. y en su lugar ubicó un nuevo informativo. Lo singular de la situación está en que el horario de la 1:00 p. m. es históricamente el de mayor audiencia en el canal; *90Minutos* llevaba en ese horario 20 años y la Junta ubicó en esa franja un noticiero nuevo, que según la evaluación técnica salió mejor calificado que el noticiero que funciona desde 1990. Según el gremio de periodistas de Cali y la región, el cambio de horario se debía a que el gobernador estaba insatisfecho con el tipo de información que producida el noticiero sobre

su administración (GOBERNADOR del Valle defiende licitación de Telepacífico, 2010; TELE escándalo, 2010).

Esta situación fue denunciada en su momento por un grupo de exgerentes y la Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP) que realizó un pronunciamiento en el que afirmó: “la decisión del cambio de horario puede ser consecuencia de la posición independiente del noticiero frente a la administración departamental, una postura que ha generado malestar al gobernador” (FLIP, 2010).

Vale señalar que la licitación se abrió bajo la gerencia de Silvia López, que antes de llegar a *Telepacífico* había sido contratista de la gobernación; además el delegado del gobernador en la Junta para participar en el proceso de selección era Víctor Salcedo, Secretario de Gobierno y exgerente de *Telepacífico* (Tabla 17). Ante la visible manipulación del proceso y la presión de la prensa local y nacional, López renunció a la gerencia y fue nombrada como encargada Lorena Mendoza que se venía desempeñando en el área jurídica de *Telepacífico*. Finalmente y luego de varios aplazamientos, la licitación fue reversada por la Procuraduría General de la Nación, que además sancionó por este hecho al gobernador.

#### **5.2.4. Sobreexposición de gobernadores y políticos**

La constante aparición de los gobernadores y funcionarios públicos en las pantallas de los canales se constituyen en otra estrategia efectiva para intervenir en su agenda, pues en algunos casos los gobernadores se apropian de una buena parte de la parrilla de programación con programas oficiales en los que defienden sus planes de gobierno.

Sumado a lo anterior, los gobernadores y funcionarios públicos se constituyen en las principales fuentes de información en los noticieros, motivo por el cual, la mayor parte de la agenda de estos programas se corresponde con comunicados oficiales de entidades departamentales y municipales. Así entonces, la intervención de los políticos se da en todos los temas y aspectos de la vida regional, desde lo económico y judicial hasta en lo deportivo y el entretenimiento, limitando la pluralidad de voces en la televisión pública (GARCÍA; HERRERA, 2011).

En ese panorama, los canales regionales fácilmente se confunden con órganos de propaganda gubernamental por medio de los cuales los políticos legitiman sus planes y posiciones en temas estratégicos.

Un caso particular es el de *Telecaribe*, en el que los dos noticieros regionales emitidos de lunes a viernes pertenecen a dos importantes familias de la ciudad de Barranquilla, sede del canal. Tal es el caso del informativo *Televista* que desde 1986 produce información para toda la región Caribe en el horario de 1:00 a 2:00 p.m. El noticiero es propiedad de la familia Vargas a la que pertenece Jaime Vargas Suárez quien ha tenido una larga trayectoria política como Concejal de la ciudad de Barranquilla, diputado del departamento del Atlántico, representante a la Cámara y Senador de la República.

Vargas Suárez es dueño de la programadora regional *Televista* que produce el noticiero en mención y de la empresa de televisión por cable *Cablevista*. Durante su periodo como Senador perteneció a la Comisión Constitucional de Telecomunicaciones; por tanto, participó en las discusiones sobre las leyes de televisión de 1995 (Ley 182), 1996 (335) y 2001 (680); razón por la que en 2003 se decretó la pérdida de investidura como Congresista por conflicto de intereses, ya que debió declararse impedido para legislar en temas de telecomunicaciones que afectaban sus negocios personales. (COLOMBIA. Consejo de Estado, 2003).

Situación similar ocurre con el otro noticiero que produce información en *Telecaribe*, *CVNoticias* que pertenecer a los Char, una familia de fuerte tradición política en Barranquilla y la región Caribe. A la cabeza de dicha familia se encuentra Fuad Char Abdala, quién fue nombrado gobernador del Atlántico por el presidente Belisario Betancur entre 1984 y 1987; por tanto, Char Abdala era gobernador cuando entró en funcionamiento en canal regional. Posteriormente fue Ministro de Desarrollo Económico durante el gobierno del presidente Virgilio Barco (1987-1990), y Senador de la República entre 1991 y 2010.

Alejandro Char, hijo de Fuad Char ha sido concejal de Barranquilla y dos veces alcalde de la misma ciudad (2008-2011 & 2016-2019). Arturo Char, hermano de Alejandro también ha sido Senador de la República.

Adicionalmente los Char son dueños del equipo de fútbol Junior de Barranquilla, de la Organización Radial Olímpica y de los Almacenes Olímpica, una red de supermercados extendida por toda Colombia y que según los datos de la ANTV es el mayor anunciante en *Telecaribe* (AUTORIDAD NACIONAL DE TELEVISIÓN, 2014).

Los estrechos vínculos entre los dueños de los noticieros y los cuadros de poder local y regional ha llevado a que los políticos tengan gran representatividad en el canal regional,

desde dónde imponen una agenda mediática que se alinea con sus interés políticos y personales.

Esta cercanía hace que las fuentes de información, no solo hagan escuchar sus voces en la mayoría de los temas, sino que a su vez impongan la agenda de los noticieros, lo cual termina siendo un círculo vicioso; pues los dueños de los noticieros cubren lo que sus familiares hacen como funcionarios públicos, los cuales establecen la agenda de lo que para ellos, como funcionarios y dueños de los medios es importante. (GARCÍA & HERRERA, 2011, p. 67)

Esta situación ha ocasionado que los noticieros se constituyan en canales oficiales de quienes están en el poder y de las familias más poderosas de la ciudad, por eso las principales fuentes de información de estos noticieros son fuentes oficiales, fuentes que la mayor de las veces son familiares o allegados políticos de los propietarios de los programas informativos. Esta cercanía entre poderes políticos y propiedad de los medios ha sido nombrada en Brasil como “coronelismo electrónico”

para referir-se ao singular cenário recente brasileiro no qual deputados e senadores se tornaram proprietários de empresas concessionárias de rádio e televisão e, simultaneamente, participam das comissões legislativas que outorgam os serviços e regulam os meios de comunicação no país. (SANTOS, 2006, p. 3).

En consecuencia, los medios de comunicación se han usado como instrumentos para legitimar actores políticos y poderes locales y regionales desde los cuales se defienden intereses particulares y no intereses comunes a la región.

#### **5.2.5. Pauta oficial**

Esta es quizá la forma de intervención más difícil de rastrear, ya que existen dificultades para acceder a las asignaciones presupuestales que gobernaciones y otras entidades hacen a la televisión; no obstante, es claro que la publicidad oficial se emplea para premiar programas afines o para castigar a aquellos que son críticos.

Así entonces los dineros públicos se usan para pautar en programas que se consideran estratégicos para reforzar planes de algunas entidades, por ello es común que espacios educativos de algunas concesionarias se sostengan con publicidad de la Secretaria de Educación de la Gobernación o que en magazines de salud se inserte frecuentemente publicidad sobre los programas de esta cartera. Igualmente, sucede que a determinados

programas se les retire la pauta, pues los contenidos y agendas no se ajustan a los planes del gobierno.

Este fenómeno se presenta porque las gobernaciones departamentales y sus dependencias poseen discrecionalidad a la hora de asignar gastos en publicidad, es decir, no existe una reglamentación que los obligue a seguir procedimientos específicos para la ejecución de gastos en publicidad.

Como se explicó, esta modalidad de intervención es difícil de rastrear puesto que no es fácil acceder a la información que permita conocer la cantidad de dinero que una gobernación o secretaría realiza en publicidad; sin embargo, esta situación ha sido denunciada por otras entidades que trabajan en defensa de la libertad de prensa, ya que esta estrategia de intervención en la agenda de los medios no es una particularidad de la televisión regional, sino una tendencia que se ha hecho evidente en otros lugares. Por eso en un trabajo denominado *El precio del Silencio* se mostró como en muchos países, incluyendo Colombia, se usa la pauta oficial para incidir en la información y agenda de los medios dado que “funcionarios de la región utilizan sistemáticamente los contratos publicitarios del Estado para recompensar o castigar a los medios, y con frecuencia procuran controlar aquello que se publica o se emite” (OPEN SOCIETY INSTITUTE, 2008, p. 35).

En algunas regiones los entes departamentales y municipales se encuentran entre los principales anunciantes (AUTORIDAD NACIONAL DE TELEVISIÓN, 2014); por ello, “cuando el anunciador es la Lotería del Valle o la Empresa de Licores del Valle, todo eso es el gobernador, entonces si usted se porta mal con él se lo quita y se lo da a otro”. (ARISMENDI, entrevista concedida a Diego García, abril 2015) por eso para los canales es difícil renunciar a esos dineros, pues los ingresos de TV regional provienen principalmente de la publicidad, motivo por el cual se considera normal que su agenda se acomode a los intereses de los anunciantes.

En Colombia esta práctica se ha legitimado gracias a las condiciones laborales de muchos periodistas, dado que es común que los profesionales que trabajan en los medios, incluyendo la TV pública, deban completar sus ingresos con pauta publicitaria que ellos mismos deben gestionar, de ahí que en ocasiones sean los propios periodistas los que se dirijan a las entidades públicas a ofrecer espacios en sus programas (OPEN SOCIETY INSTITUTE, 2008; GUERRERO, 2010). Así entonces la pauta oficial se convierte en una sutil y eficaz forma de

incidir en la agenda, condicionado los contenidos de diferentes tipos de programas a los intereses de los anunciantes, que en estos casos son entidades del sector público.

### **5.3. Políticas para una televisión pública**

La actual estructura de los órganos de gestión de los canales regionales posibilita que políticos, particularmente gobernadores de los departamentos socios, manejen a su antojo la televisión pública alejándola de sus funciones y objetivos. Como se ha evidenciado los políticos regionales tiene potestad de participar en diferentes aspectos de los canales públicos: elección de gerentes, inversión publicitaria, adjudicación y propiedad sobre programas informativos y hasta autoridad para remover periodistas.

Dicha apropiación de la TV regional pone en entredicho su independencia, rasgo fundamental para los canales públicos, atentando en ocasiones contra la libertad de prensa y el ejercicio periodístico, pero sobre todo contra la esencia y sentido de este tipo de televisión, pues:

Cuando un gobierno pone a su servicio un medio de comunicación respaldado con recursos públicos entrometiéndose en su sala de redacción, definiendo prioridades en la programación, amparando o persiguiendo a presentadores y periodistas [...] o designando o removiendo a sus directivos por causas políticas y no por motivos profesionales, resulta imposible considerar que se trata de un medio de servicio público. (TREJO, 2015, p. 58)

El uso político de la televisión pública continua siendo un problema visible en el ecosistema mediático colombiano, si bien los canales públicos nacionales ya no desempeñan un papel preponderante en el panorama audiovisual y político, los canales regionales están siendo manejados bajo criterios políticos que van en detrimento del interés público y de la prestación de un servicio en beneficio de la ciudadanía. Esta realidad viene dejando el manejo de los canales al vaivén del juego político regional, por estas razones cambian de visión, misión, programación, imagen y hasta de slogan de acuerdo al partido y figura que esté en el poder, ocasionando un deterioro y falta de credibilidad en la TV pública.

La sumisión y dependencia respecto del poder político cambiante es una causa principal que desencadena el resto de males [de las televisiones públicas]: cambios arbitrarios en la dirección, falta de planificación estratégica a largo plazo, escasa o nula credibilidad, falta de recursos e irresponsable gestión económico-financiera, descuido en la programación y contenidos y atraso tecnológico. (ARROYO, BECERRA, GARCÍA & SANTAMARÍA, 2012, p. 134-135)

Treinta años de televisión regional en el país deben servir de experiencia no solo para potenciar sus cualidades sino también para ajustar los aspectos que le han impedido constituirse en canales públicos estables; por tanto, el momento político y tecnológico que atraviesa la televisión colombiana, su transición a la Televisión Digital Terrestre (TDT) y el apagón analógico que tendrá lugar el 31 de diciembre de 2019, son una ocasión oportuna para revisar y replantear las políticas que regulan el servicio. En consecuencia, se deben examinar detenidamente las leyes que regulan el servicio y los estatutos de los canales, para que sin vulnerar su autonomía, se reglamenten entre otros aspectos: procedimientos para elección de gerentes, se estandarice el perfil y se definan los periodos durante los que deben ocupar el cargo para que estos no coincidan con los de los gobernadores y demás entidades departamentales; pues como bien los señaló la investigadora española Ana María López:

Sería necesario para la mejora de la televisión pública que las leyes que regulan esta incorporasen requisitos sobre el perfil profesional y empresarial más concretos para evitar que los grupos parlamentarios y/o gobiernos elijan a los miembros de los órganos de gestión más que por sus capacidades que por sus propios intereses. (LÓPEZ, 2015, p. 72)

Además se debe instaurar un régimen de inhabilidades e incompatibilidades para que las personas que lleguen a la gerencia no provengan de los gabinetes departamentales o municipales; esto es, que no puedan ser nombradas en el cargo funcionarios en ejercicio de otras entidades del sector público.

Las nuevas políticas deben reglamentar el uso de la pauta oficial, ya que la discrecionalidad en la inversión publicitaria genera asignaciones a conveniencia con las que se beneficia o perjudica a determinados programas, por tanto, lleva al uso de dineros públicos en favor de intereses de sectores políticos particulares. Igualmente habría que estimular estrategias de participación y control por parte de la sociedad civil, pues un canal público debe responder a los intereses de la ciudadanía, por ello, esta debe poder participar en su gestión y su control.

Otro aspecto que es necesario explicitar en las políticas del sector audiovisual en Colombia son normas que impidan que políticos en ejercicio liciten para la producción de programas, para de esa forma evitar que los programas informativos sigan siendo escenarios para la defensa de intereses personales y políticos de grupos de poder; es decir, para evitar lo que en Brasil se ha conocido como “coronelismo electrónico” (SANTOS Y CAPPARELLI, 2005).



En definitiva Colombia debe formular Leyes que acerquen su televisión al cumplimiento de los principios básicos y comunes para los medios públicos promulgados por Unesco: cobertura universal, independencia editorial y financiera, autonomía frente al poder político, pluralidad y diversidad de contenidos y rendición de cuentas (BUCCI; CHIARETTI; FIORINI, 2012. BECERRA; WAISBORD, 2015). Mientras no se proteja a los canales regionales de la intervención y apropiación que los políticos hacen de ellos, el concepto de televisión pública continuará siendo débil y difuso, y lo que se fortalecerá será la televisión gubernamental usada como extensión de las oficinas de prensa de los gobernadores y sin ningún vínculo con sus audiencias.

## CONCLUSIONES

### Tres décadas de TV pública en las regiones colombianas

Como se mencionó en la introducción de este documento, esta tesis ha tenido como guía dos hipótesis. La primera de ellas se refiere a la importancia cultural de la televisión regional, pues su aparición y desarrollo ocupó un lugar fundamental en la producción y circulación de nuevas imágenes de país que posibilitaron ampliar los referentes para pensar e imaginar la nación más allá del centralismo capitalino. Dicha afirmación se ha comprobado, pues la aparición de la televisión regional en 1985 generó importantes transformaciones en el paisaje televisivo colombiano, ya que rompió el monopolio centralista de los canales nacionales, que como se relató en los primeros capítulos, de nacional tenían muy poco puesto que durante varios años su cobertura estuvo limitada a unas pocas ciudades y sus contenidos eran básicamente bogotanos. Por ello la entrada en funcionamiento de *Teleantioquia*, *Telecaribe* y *Telepacífico* en la década del 80 ampliaron los referentes para pensar e imaginar la nación, que hasta esa época solo se refería a la capital de la república

Desde lo audiovisual, las regiones colombianas estaban por descubrir, su diversidad y riqueza no se habían hecho visibles en treinta años de televisión colombiana; por eso la pertinencia cultural de los canales regionales era innegable, ya que a medida que fueron apareciendo y creciendo comenzó a circular no solo un país diferente, sino otras formas de habitarlo, imaginarlo y pensarlo que durante mucho tiempo habían sido negadas e invisibilizadas.

En las pantallas de estos canales se vieron por primera vez las montañas antioqueñas, los ríos, ciénagas y desiertos del caribe, así como los valles y ciudades del sur occidente del país, se pudieron ver gentes y geografías diferentes a la de la capital de la república. A través de la programación de *Teleantioquia*, *Telecaribe* y *Telepacífico*, y por supuesto de los canales regionales que aparecieron posteriormente, ha sido posible conocer otras realidades, otras formas de vivir y ser colombiano, pues ya no es posible seguir concibiendo la nacionalidad desde la óptica capitalina.

Después de tres décadas de descentralización de la televisión, las regiones saben un poco más de sí mismas, pues cuentan con un medio audiovisual para narrarse y contarse desde sus propios referentes y lenguajes. Así como cambió la forma de ver la nación, también se transformó la manera de entender las regiones; los antioqueños se dieron cuenta que no son una raza blanca y pura, sino que el caribe y pacífico los habita. Los caribeños descubrieron

que mulatos de la sabana también son caribes, que los desiertos y montañas nevadas hacen parte del mismo territorio. Los habitantes del suroccidente descubrieron que los afrodescendientes del pacífico han enriquecido su cultura a través de músicas y tradiciones africanas, pero también que tienen fuertes vínculos con los Andes y las cordilleras del sur del país.

En el reconocimiento de la diversidad están las transformaciones del paisaje televisivo colombiano, en la ampliación de los referentes para imaginar la nación y la nacionalidad. Treinta años después la “comunidad imaginada” ya no es una sola, son muchas comunidades y muchos referentes desde los cuales imaginarlas. En lo cultural la televisión regional tiene mucho para seguir aportando, su objetivo se actualiza constantemente; lo que han logrado en estas tres décadas es invaluable para un país que por más de cien años se construyó a partir de referentes centralistas que violentamente negaron y borraron la diferencia.

Pero si en lo cultural la TV regional ha contribuido, sus aportes podrían ser mayores si el modelo económico y estructura administrativa estuvieran más cercanos a los estándares de los medios públicos y alejados de intereses políticos y económicos. Por tanto, la segunda hipótesis quiso demostrar que la estructura bajo la que se conciben los canales regionales, los aleja de poder ser definidos como canales públicos, pues al depender administrativamente de las gobernaciones departamentales y de los recursos de la publicidad y comercialización este tipo de canales responde más a intereses y presiones políticas y económicas que a los de la ciudadanía y sus audiencias, como lo deben hacer los medios públicos.

Como se pudo observar en los capítulos IV y V, históricamente la televisión pública colombiana ha tenido dos obstáculos para cumplir sus propósitos: el primero ha sido la incapacidad del Estado para definir presupuestos autónomos y estables que posibiliten desarrollar una televisión de calidad e innovadora; por tanto, el modelo de financiación de la TV denominada pública, tanto la nacional como la regional, la ha llevado a concebir y evaluar desde parámetros comerciales, por eso se ha creído que la eficacia y rentabilidad de los privados es la mejor manera para administrar lo público.

En ese panorama los canales regionales están obligados a operar como empresas comerciales, lo que los ha llevado a competir con la televisión privada en el mercado publicitario, en consecuencia, el éxito y fracaso de estos canales se miden bajo el de las cadenas comerciales, estos son: tener altos índices de audiencia que se verán reflejados en mayores ingresos de publicidad. Por tanto, los canales regionales han tenido que elaborar

parrillas de programación dirigidas a públicos consumidores de interés para los anunciantes, dejando, en ocasiones, por fuera de su programación a poblaciones con perfiles particulares de poco interés para el mercado publicitario.

Por tanto, un indicador clave como la independencia financiera, no se cumple en los canales regionales, pues no cuentan con presupuestos estables que garanticen una planeación a mediano y largo plazo, alejándolos por tanto de los estándares de los medios públicos que ha definido la Unesco y sus especialistas.

El otro gran obstáculo que ha tenido la TV pública colombiana, ha sido la intromisión de los políticos en su gestión y administración. Por alguna histórica razón, Colombia no ha desarrollado canales públicos autónomos, sino canales estatales y gubernamentales en los que los políticos intervienen de forma desmedida en diferentes aspectos.

De ahí que los principales órganos de dirección de los canales regionales, sus juntas administradoras, se hayan convertido en la trinchera desde las cuales los poderes políticos manejan y manipulan lo relacionado con la elección de gerentes, asignación de programación y otros aspectos administrativos.

Bajo este modelo el concepto de televisión pública se ha difuminado y confundido con canales al servicio de intereses políticos particulares, en los que la prestación de un servicio público a favor de la ciudadanía ha quedado en segundo plano. Además como medios públicos la televisión regional debe favorecer la participación ciudadana, por tanto, sus órganos de gestión no deben estar exclusivamente en manos de los políticos de turno.

Como se ha venido sosteniendo estas debilidades de la televisión pública regional solo se pueden enfrentar con políticas audiovisuales que garanticen la autonomía política y financiera. En consecuencia, para reorientar la televisión pública colombiana es necesario abogar por políticas que garanticen canales públicos sólidos y un sistema de medios plural y diverso.

### **La televisión pública ante la transición digital**

Al medio televisivo le viene augurando su fin desde los años 80 y cada tanto tiempo declaran su partida de defunción (ENLI & SYVERTSEN, 2016; SCOLARI, 2008); así mismo a la televisión pública la están enterrando hace muchos años, pues sus detractores y los defensores del mercado confían en que todas las necesidades de las audiencias pueden ser

satisfechas a través de la libre competencia, pero detrás de ese deseo de muerte, no hay más que una exacerbación del entusiasmo tecnológico y comercial.

El neoliberalismo, por supuesto, mantiene su fe en las fuerzas del mercado y funciona sobre la convicción de que la Ley de la oferta y la demanda crearán los mecanismos necesarios para satisfacer todas las necesidades de la comunicación de todos los grupos de la sociedad. Un argumento adicional es que internet y todos los servicios de nueva comunicación ofrecen “opciones infinitas”, por lo que los MSP [Medios de Servicio Público] dejan de ser necesarios. (JAKUBOWICZ, 2010, p. 225).

En ese sentido es claro que los avances tecnológicos han traído y seguirán trayendo grandes cambios y desafíos en la forma de hacer y ver televisión. Se acerca el apagón analógico, pero ¿será que habrá un apagón sociocultural? Es decir ¿cambiarán las funciones y los objetivos de la televisión pública?

Las tecnologías asociadas a Internet avanzan rápidamente, pero el proceso de cambio y adaptaciones sociales tienen otro ritmo, por ahora, la televisión sigue siendo el principal medio de información y entretenimiento de los colombianos (COMISIÓN DE REGULACIONES DE COMUNICACIONES, 2015; FOROS SESMANA, 2016), así como de los latinoamericanos y de muchos otros lugares del mundo (OFCOM, 2016). No cabe duda que la convergencia tecnológica está modificando las prácticas de producción, programación y consumo de la televisión, pues cada vez los televisores se parecen más a los computadores y la programación lineal a la que estamos acostumbrados dejará de ser hegemónica; sin embargo, con esos avances no desaparecerán las responsabilidades de las televisiones públicas. Por el contrario, la llegada de la Televisión Digital Terrestre es una oportunidad de los canales públicos para ampliar su oferta y llegar a los sectores más diversos de la sociedad.

¿La misión de la TV pública desaparecerá en la época digital? ¿Las dinámicas de la producción de contenidos en internet y la digitalización suplirán las necesidades y responsabilidades delegadas a la TV pública? Por ahora Internet no es ese sueño autónomo y democrático que se esperaba, las grandes corporaciones y el capital privado son las que mayor provecho y rentabilidad están obteniendo de los usuarios de la red. Siendo así entonces ¿Se debe dejar la generación y construcción de sociedades plurales y diversas a la bondad y deseos del mercado? ¿Debería retirarse el Estado de un ámbito social clave para la producción y circulación de sentidos y significados colectivos como lo es la televisión? Según los argumentos expuestos a lo largo de la investigación es necesario abogar por una televisión

para la ciudadanía en la que el país se comunique y diversifiquen las visiones que sobre él se construyen, así ha quedado demostrado en la pertinencia cultural de la televisión regional.

Los canales regionales saben hacer televisión regional, *Teleantioquia* sabe hacer televisión para su región, lo mismo que *Telecaribe* y *Telepacífico*, su valor y potencialidad está en saberse comunicar a partir de unos referentes y lenguajes comunes para sus habitantes; por tanto, en la época digital los contenidos de cercanía se deben seguir potenciando. Su pertinencia no desaparecerá porque hoy haya mayor cantidad de contenidos y plataformas. Elaborar contenidos de cercanía que narren y cuenten lo que su sucede en sus entornos es lo que los seguirá haciendo significativos para las audiencias que siempre van a querer ver representados sus contextos y realidades. Por eso si bien, Netflix y los grandes productores internacionales continuarán creciendo en el mercado audiovisual, estas plataformas no se enfocarán en producir contenidos de cercanía, sino contenidos cada vez más globales. Aunque hayan cambiado la forma de producción circulación y acceso, la encomienda y su función social siguen siendo esenciales para la democracia.

Colombia, a diferencia del resto de países latinoamericanos que han seleccionado el estándar nipobrasileño de televisión Digital, ha seleccionado el estándar europeo DBV-T2 que permite que a través de un canal se puedan transmitir hasta cuatro señales de Ultra Alta Definición (UHD); por tanto, una de las ventajas de la TDT es el aumento de señales; en consecuencia, si un canal antes correspondía a una señal, con la digitalización es probable que un canal corresponda a más de una. Bien es cierto que Colombia aún no ha definido como será el uso de las señales digitales de los canales públicos regionales, es decir, todavía no se sabe cuántas señales les serán otorgadas a *Teleantioquia*, *Telecaribe* y *Telepacífico*, pero lo que sí está claro es que la TDT es una oportunidad para ampliar la TV pública.

La posibilidad de operar en multiplex se puede convertir en una oportunidad para que los canales regionales lleguen a más públicos y amplíen su producción, pero como se ha dicho, ello está condicionado por las políticas audiovisuales que se implementen en el país.

El modelo de TDT depende mucho de lo que ha sido el modelo analógico de cada país, es decir, así como en la época análoga hubo muchos modelos, en la digital es posible que suceda lo mismo, o sea, que no haya una única forma de organizar el ecosistema mediático en la era digital, pues como en el periodo analógico, este depende de condiciones políticas y

económicas particulares de los países, de ahí la importancia del proceso de transición que vive Colombia.

Es evidente que no existe un único modelo de televisión pública, o sea, hay diversas formas de canales públicos, lo que es cierto es que a nivel internacional existen estándares a los que estos se deben ajustar, estándares de los cuales la televisión regional colombiana se ha alejado. Por eso, la reconstrucción de treinta años de historia debe contribuir a repensar el modelo de televisión que se ha desarrollado en el país, para que el modelo ejecutado durante la época analógica sirva para potenciar sus cualidades en la era digital, pues de lo contrario existe el riesgo de que la propiedad de la televisión en Colombia se siga concentrado en los canales privados y que los públicos queden definitivamente atrapados entre los intereses comerciales y el uso políticos de los poderes públicos.

## REFERENCIAS

ABELLO, Jaime. La televisión regional en Colombia: Filosofía, realizaciones y perspectivas. En: INRAVISIÓN. **Historia de una travesía: cuarenta años de la televisión en Colombia**. Bogotá, 1994.

ACOSTA, Luisa Fernanda. Celebración del poder e información oficial. La producción cinematográfica informativa y comercial de los Acevedo (1940-1960). In: **Historia Crítica**, 28, 2005. P. 59-80. Disponible en: <https://historiacritica.uniandes.edu.co/view.php/308/1.php>

AGUILERA, Andrés y GUTIÉRREZ, Camilo. Producción documental en los años noventa. In: **Cuadernos de Cine Colombiano**, 5, 2004. P. 4-23.

AMAYA, Janny. Historia y Comunicación Social: algunos vectores analíticos para explorar una (inter)relación problemática. In: **Folios**, 26, 2011. P. 15-37.

ANDERSON, Benedict. **Comunidades Imaginadas**. México: Fondo de Cultura Económica, 2007.

ANZOLA, Patricia & COOPER, Patricio. **La investigación en Comunicación social en Colombia**. Lima: Centro de Estudios y Promoción del Desarrollo, 1985.

ANZOLA, Patricia & FOX, Elizabeth. Politics of regional television in Colombia. En: Fox, Elizabeth. **Media and politics in Latin America**. London: SAGE, 1988. P. 82-92.

ARBELÁEZ, Ramiro. Rastros documentales. In: **Cuadernos de Cine Colombiano**, 4, 2003. P. 4-21.

ARENAS, Paula. El futuro de la televisión pública educativa y cultural. El caso de Señal Colombia. In: **Boletín Cultural y Bibliográfico**, XLIX, (87), 2015. P. 41-52. Disponible en: [https://publicaciones.banrepcultural.org/index.php/boletin\\_cultural/article/view/7390](https://publicaciones.banrepcultural.org/index.php/boletin_cultural/article/view/7390)

ARROYO, Luís; BECERRA, Martín; GARCÍA, Ángel & SANTAMARÍA, Óscar. (2012). **Cajas Mágicas. El renacimiento de la televisión pública en América Latina**. Madrid: Editorial Tecnos, 2012.

ARTZ, Lee. Media Relations and Media Product: Audience Commodity. In: **Democratic Communiqué**, 22 (1), 2008. P. 60-74. Disponible en: <http://journals.fcla.edu/demcom/article/view/76591>

ATKINSON, Dave & RABOY Marc (comp.). **La radio y la televisión de servicio público: el desafío del siglo XXI**. Francia: Ediciones Unesco, 1998.

BARBOSA, Marialva & GOULART, Ana Paula. Os estudos históricos e o campo da comunicação no Brasil. Em BARBOSA, Marialva; DA COSTA MACHADO, Maria Benice & SACRAMENTO, Igor (editores). **Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil 2012/2013**. Brasília: Ipea, 2013. P. 153-168 Igor

BECERRA, Martín & WAISBORD, Silvio. **Principios y “buenas prácticas” para los medios públicos en América Latina**. Montevideo: Unesco, 2015.



BÉDARIDA, Francois. Definición, método y práctica de la Historia del Tiempo Presente. In: **Cuadernos de Historia contemporánea**, 20, 1998. P. 19-27. Disponible en: <http://revistas.ucm.es/index.php/CHCO/article/view/CHCO9898110019A>

BENAVIDES, Julio. Historias de la televisión en la región: ¿qué es esa “joda”? In: **Signo y Pensamiento**, 48, 2006. P. 77-89. Disponible en: <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/3698>

BIBLIOWICZ, Azriel. **Lo público es privado: un análisis de la televisión colombiana**. Ithaca: Cornell University, 1979.

BOLAÑO, Cesar. Tapando el agujero negro. Para una crítica de la economía política de la comunicación. In: **Cuadernos de Información y Comunicación**, 11, 2006. P. 47-53. Disponible en: <http://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/8117>

BONILLA, Edna & GONZÁLEZ, Jorge Iván. **Regulación y concesiones en la televisión colombiana: destellos y sombras**. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, 2004.

BUCCI, Eugenio, CHIARETTI, Marco & FIORINI, Ana María. **Indicadores de calidad de las emisoras públicas - Evaluación contemporánea**. Serie Debates CI: comunicación e información, Montevideo: Unesco, 10, 2012.

CABALLERO, Doriz. Telebogotá ¿La diferencia esperada? **Signo y Pensamiento**, 24, 1994. P. 43-46.

CAMARGO, Juan Arturo. Implicaciones geopolíticas del teléfono Bogotá–Medellín, inaugurado en 1926. In: **Folios**, 27, 2012. P. 123-137. Disponible en: <http://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/folios/article/view/12770>

CALERO, Solón. Estudio sobre la televisión en Cali. In: **Habladurías**. 2, 2005. P. 22-29.

CALERO, Solón & Paz, Ana Lucia. **Consumo, usos, mediaciones y opiniones de la oferta mediática del canal Telepacífico en Cali dentro del contexto de una coyuntura crítica**. Cali: Universidad Autónoma de Occidente, 2008.

CAMARGO, Juan Arturo. & GARCÍA, Antonio. Aspectos sociales de la introducción del color en la red de televisión colombiana. In: **Folios** (Universidad Pedagógica), 34, 2011. P. 45-55. Disponible en: <http://revistas.pedagogica.edu.co/index.php/RF/article/view/876/903>

CAPPARELLI, Sergio. La periodización en los estudios sobre Televisión. En: Albornoz, Luís (Coord.). **Al fin solos... La nueva televisión del Mercosur**. Argentina: La Crujía, 2000

CARRILLO, Adriana María & MONTAÑA, Ana María. Vértigo y ficción, una historia contada con imágenes. Noticieros de televisión en Colombia 1954-1970. In: **Signo y Pensamiento**, 48, 2006. P. 135-147. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86004809>

CASTAÑO, Olga. Los canales regionales: ¿una alternativa posible? In: DE LA TORRE, Cristina. (ed.). **Juicio a la televisión Colombiana**. Bogotá: Oveja Negra, 1985.

CASTELLANOS, Nelson. La radio en Colombia, una historia de amor y olvido. In: **Signo y Pensamiento**, 39, 2002. P. 15-23. Disponible en: <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/2939>

CASTELLANOS, Nelson. El precio de un pecado: oír radionovelas a escondidas. In: **Signo y Pensamiento**, 48, 2006. P. 91-104. Disponible en: <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/3683>

CASTELLANOS, Nelson. El periodismo colombiano en los tiempos del Frente Nacional. Entre la lucha contra el consenso informativo y la profesionalización del oficio. In: **Folios**, 26, 2011. P. 91-110. Disponible en: <https://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/folios/article/view/11156/10232>

CASTRO-CAYCEDO, Germán. **La televisión en negro**. Bogotá: Editorial Hispana, 1980.

CASTRO-CAYCEDO, Germán. **El libro blanco de la TV**. Bogotá: Editorial Hispania Ltda., 1981.

CASTRO-CAYCEDO, Germán. **El libro rojo: televisión, crimen y violencia**. Bogotá: Editorial Presencia, 1989.

CÍRCULO DE PERIODISTA DE BOGOTÁ (CPB). **¿Hacia dónde va la televisión en Colombia?** Bogotá: Gráficas Modernas, 1986.

COOPER, Patricio. **Apuntes para una historia de la televisión colombiana**. Bogotá: Fescol, 1984

DAZA, Gladys. **Participación social en los medios masivos?: canales regionales y sociedades urbanas**. Medellín: Editorial Pontificia Universidad Bolivariana, 1998.

DE LA TORRE, Cristina. (ed.). **Juicio a la televisión Colombiana**. Bogotá: Oveja Negra, 1985.

DETONI, Marcia (2013). Mídia Pública e Publicidade: parceria de alto risco. In: **Revista Eptic Online** 15, (2), 2013. P. 74-86. Disponible en: <http://www.seer.ufs.br/index.php/epitic/article/view/941>

DETTLEFF, James. Las televisoras locales en el Perú. Una historia de su uso como herramienta política: El caso de Juliana. In: **Folios**, 27, 2012. P. 163-184.

ENLI, Gunn & SYVERTSEN, Trine. The end of televisión-Again! How TV is still influenced by cultural factors in the age of digital intermediaries. In: **Media and Communication**, 4, (3), 2016.

FAZIO, Hugo. **Historia del tiempo presente: historiografía, problemas y métodos**. Bogotá: Ediciones Uniandes, 2010.

FALS BORDA, Orlando. **Región e historia; elementos sobre ordenamiento y equilibrio regional en Colombia**. Bogotá: Tercer Mundo, 1996.

FOROS SEMANA. **Conclusiones del foro El futuro de la TV abierta: retos y oportunidades**. Bogotá: Revistas Semana, Caracol Televisión, Septiembre, 2016. Disponible en: [http://www.forossemana.com/cms\\_images/wp-content/uploads/2016/09/Conclusiones-El-futuro-de-la-TV-abierta1.pdf](http://www.forossemana.com/cms_images/wp-content/uploads/2016/09/Conclusiones-El-futuro-de-la-TV-abierta1.pdf)

FOX, Elizabeth. **Investigación sobre televisión en Colombia**. FEPEC, 1978.

FOX, Elizabeth. **Políticas de comunicación en Colombia: estudio de los antecedentes y desarrollo en la comunicación de masas**. Bogotá: Fundación para la educación permanente en Colombia, 1981.

FUCHS, Christian. Dallas Smyth Today. The Audience Commodity, the Digital Labor Debate, Marxist Political Economy and Critical Theory. In: **Triple C**, 10(2), 2012. P. 692-740. Disponible en: <http://www.triple-c.at/index.php/tripleC/article/view/443>

FUCHS, Christian. Class and Exploitation on the Internet. En Schulz, Trevor (Ed.). **Digital Labor. The Internet as Playground and Factory**. New York: Routledge, 2013.

FUENTES, Raúl. Medio siglo del estudio universitario de la comunicación en México: el riesgo del inmediatismo superficial. En ORTIZ (Coord.), **XVII Anuario de Investigación de la Comunicación coneicc**. Mexicali, México: Universidad Autónoma, 2009. P. 99-115.

FLÓREZ, Lina Patricia & PÉREZ, Pablo. Emilia Pardo Umaña: Memorias de la primera columnista colombiana, In: **Folios**, 27, 2012, P. 67-83. Disponible en: <https://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/folios/article/view/12767>

FREIRE, Joao. Escribiendo la historia cultural de la televisión en Brasil: Aspectos teóricos y metodológico. In: **Signo y Pensamiento**, 48, 2006. P. 24-36. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86004802>

FLIP. **Dudosa influencia de la Gobernación del Valle del Cauca en licitación de noticieros regionales**, Bogotá: FLIP, 2010.

GARCÍA-CANCLINI, Néstor. **Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización**. México: Editorial Grijalbo, 1995.

GARCIA, Diego. **Realidad regional: una versión televisiva**. 2010. Disertación (Maestría en Comunicación). Facultad de Comunicación y Lenguaje, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, 2010.

GARCÍA, Diego. Reproducción y reconfiguración de las identidades y los imaginarios regionales a través de la televisión en Colombia. In: **Cuestiones Universitarias**, 1, (1), 2011. P. 76-91.

GARCÍA, Diego. Breve historia de la televisión regional en Colombia. In: **Revista Latinoamericana de Ciencia de la Comunicación**, IX, (16), enero-junio 2012. P. 64-72. Disponible en: <http://www.alaic.net/revistaalaic/index.php/alaic/article/view/373/206>

GARCÍA, Diego & HERRERA, Leonardo. **El Caribe colombiano a través de su televisión: Agenda informativa y realidad regional en Telecaribe**. Bogotá: Fondo de Publicaciones

Universidad Sergio Arboleda, 2011. Disponible en: <http://repository.usergioarboleda.edu.co/bitstream/11232/46/1/caribe-colombiano-a-traves-de-su-television-soporte.pdf>

GARCÍA, Ana Patricia. Televisión en Colombia: Surgimiento de los canales regionales. In: **Revista Virtual Luciérnaga**, 7, 2012. P. 23-35. Disponible en: <http://revistas.elpoli.edu.co/index.php/luc/article/view/283>

GARZÓN, Juan Carlos. **Televisión y Estado en Colombia 1954-2014**. Bogotá: Universidad Externado de Colombia, 2015.

GIMENEZ, Gilberto. Territorio, cultura e identidades. La región sociocultural. In: MARTÍN-BARBERO, Jesús, LÓPEZ DE LA ROCHE, Fabio y ÁNGELA Robledo (eds.). **Cultura y Región**. Bogotá: Centro de Estudios Sociales, Universidad Nacional de Colombia, 2000.

GOULART, Ana Paula; SACRAMENTO, Igor & ROXO, Marco. (2010). **História da televisão no Brasil. Do início aos dias de hoje**. São Pablo: Contexto.

GOULART, Ana Paula. A história oral nos estudos de jornalismo: algumas considerações teórico-metodológicas. In: **Revista Contracampo**, 32, (2), abril-julho, 2015, p. 73-90.

GUERRERO, Arturo. **País lejano y silenciado. Autocensura y prácticas periodísticas en el periodismo regional**. Bogotá: Fundación para la libertad de Prensa, Medios para la paz, 2010.

GUTIÉRREZ, Eduardo. Investigar y comprender la historia de la comunicación. In: **Signo y Pensamiento**, 48, 2006. P. 9-21.

GUTIÉRREZ, Eduardo. ¿Hay conexión? Historias conectadas en la comunicación iberoamericana del siglo XX. In: **Chasqui**, 121, 2013. P. 4-9. Disponible en: <http://www.revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/425>

GUTIÉRREZ, Eduardo. (2015). Historia y Comunicación. Recorridos, tensiones y posibilidades del sub-campo de estudios en América Latina. En: BOLAÑO, Cesar; CROVI, Delia; CIMADEVILLA, Gustavo (Editores). **La contribución de América Latina al campo de la comunicación**. Buenos Aires: Prometeo.

HERRÁN, María Teresa. **Industria de los medios masivos de comunicación en Colombia**. Bogotá: Fundación Friedrich Ebert de Colombia. FESCOL, 1991.

HOYOS, Soraya. ¿Importación o imposición de una cultura foránea? Las relaciones Estados Unidos-Colombia vistas a través de la historia de la televisión colombiana (1954-1970). In: **Historia Crítica**, 3, 1990. P. 133-142. Disponible en: <https://historiacritica.uniandes.edu.co/view.php/63/index.php?id=63>

IGARZÁBAL, Belén. Por una televisión pública con audiencia. En: RINCÓN, Omar. **Zapping TV: el paisaje de la tele latina**. Bogotá: Friederich Ebert Stiftung, 2013. P. 51-63

INSTITUTO NACIONAL DE RADIO Y TELEVISIÓN (INRAVISIÓN). **Historia de una travesía: cuarenta años de la televisión en Colombia**. Bogotá: INRAVISIÓN, 1994.

INTERVOZES. Coletivo Brasil de comunicação social. **Sistemas públicos de comunicação no mundo. Experiências de doze países e o caso brasileiro.** São Paulo: Paulus, 2009.

IRIARTE, Patricia. **Realidad y futuro de Telecaribe. Memorias del foro y mesas de trabajo.** Barranquilla: Telecaribe, 2005.

JARAMILLO, Jaime (Editor). **El reto de la descentralización.** Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, 1996.

JAKUBOWICZ, Karol. El futuro de los medios públicos. In: **Infoamérica**, 3, (4), 2010. P. 221-238. Disponible en: [http://www.infoamerica.org/icr/n03\\_04/jakubowicz.pdf](http://www.infoamerica.org/icr/n03_04/jakubowicz.pdf)

JENNER, Mareike. Is this TVIV? On Netflix, TVIII and binge-watching. In: **New media & society**, 2014. Disponible en: <http://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1461444814541523>

JIMÉNEZ, Margarita y SIDERI, Sandro. **Historia del desarrollo regional en Colombia.** Bogotá: CEREC, 1985.

JIMENO, Myriam. Región, nación y diversidad cultural en Colombia. In: SILVA, Renan (Editor). **Territorios, regiones, sociedades.** Bogotá: Cerec, 1994.

JHALLY, Sut. Probing the blindspot: the audience commodity. In: **Canadian Journal of political and social theory**, 6, (1-2), 1982. P. 204-210. Disponible en: <https://journals.uvic.ca/index.php/ctheory/article/view/13928>

LALINDE, Luis. La publicidad ante la regionalización de la TV. In: DE LA TORRE, Cristina. (ed.). **Juicio a la televisión Colombiana.** Bogotá: Oveja Negra, 1985. P. 123-138

LEÓN, Guillermo; MAYA, Rodrigo. Plan general de televisión para Antioquia. In: **Revista Facultad de Ingeniería**, 1, (1), 1984. P. 17-26.

LIVANT, Bill. The audience commodity: on the "blindspot" debate. In: **Canadian Journal of political and social theory**, 3, (1), 1979. P. 91-106. Disponible en: <https://journals.uvic.ca/index.php/ctheory/article/view/13793/4567>

LOAIZA, Gilberto. Intelectuales y regiones a comienzos del siglo XX. In: MARTÍN-BARBERO, Jesús, LÓPEZ DE LA ROCHE, Fabio y ÁNGELA Robledo (eds.). **Cultura y Región.** Bogotá: Centro de Estudios Sociales, Universidad Nacional de Colombia, 2000.

LONDOÑO, Adriana. **Pistas sobre la Televisión y las audiencias en Colombia: mirada retrospectiva a la historia.** Ponencia presentada al XI Congreso de ALAIC. Montevideo, Uruguay, 2012.

LÓPEZ, Edmundo. Instalación gran foro nacional sobre televisión. En CIRCULO DE PERIODISTA DE BOGOTÁ **¿Hacia dónde va la televisión en Colombia?** Bogotá: Gráficas Modernas, 1986. P. 9-18.

LÓPEZ, Ana María. **Nuevos y viejos paradigmas de la televisión pública. Alternativas a su gobierno y (des)control.** España: Comunicación Social Ediciones, 2015.

LÓPEZ DE LA ROCHE, Fabio. Presentación dossier sobre historia de los medios de comunicación social y del periodismo en Colombia. In: **Historia Crítica**, 28, 2005. P. 7-26. Disponible en: <https://historiacritica.uniandes.edu.co/view.php/306/1.php>

LÓPEZ DE LA ROCHE, Fabio. La historia de los noticieros de televisión en Colombia y la construcción de una memoria crítica de la sociedad y del oficio periodístico 1954-1984. In: **Folios** (Universidad de Antioquia), 24, 2010. P. 51-79. Disponible en: <https://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/folios/article/view/11654/10625>

LÓPEZ DE LA ROCHE, Fabio. La ficción y la información noticiosa televisivas de los años 70 a través del prisma de la revista “Alternativa”. In: **Folios** (Universidad de Antioquia), 27, 2012. P. 139-159. Disponible en: <http://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/folios/article/view/12771>

LOUZADA, Silvana. (2006). El periodismo fotográfico en la transición de la prensa carioca. In: **Signo y Pensamiento**, 48, 2006. P. 123-134. Disponible en: <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/4647>

MARTÍN-BARBERO, Jesús; MUÑOZ, Sonia. (Coord.). **Televisión y Melodrama. Géneros y lecturas de la novela en Colombia**. Bogotá: Tercer mundo, 1992

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Aventuras de un cartógrafo mestizo en el campo de la comunicación. In: **Revista Latina de Comunicación Social**, 19, (1), 1999. Disponible en: <https://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999fjl/64jmb.htm>

MARTÍN-BARBERO, Jesús. & REY, Germán. **Los ejercicios del ver: hegemonía audiovisual y ficción televisiva**. Barcelona: Gedisa, 1999.

MARTÍN-BARBERO, Jesús; REY, Germán & RINCÓN, Omar. Televisión pública, cultural, de calidad. In: **Revista Gaceta** (Ministerio de Cultura), 47, 2000. P. 50-61.

MARÍN, Ana. María. Televisión pública en Colombia: del monopolio estatal a la descentralización. In: UNESCO **Radiotelevisión de Servicio Público: Un Manual de Mejores Prácticas**. Costa Rica: Unesco, 2006. P. 95-118.

MEJÍA, Juan Diego. **Historia de un sueño colectivo**. Medellín: Editorial Sociedad de Televisión de Antioquia LTDA., 2010.

MEISEL, Adolfo. **¿Por qué perdió la costa Caribe el siglo XX? Y otros ensayos**. Cartagena: Banco de la República, 2009.

MELO, Jorge Orlando. (2009). Periodismo y política en Colombia: doscientos años de cercanía. Disponible: <http://www.jorgeorlandomelo.com/periodismoypoli.htm>

MERLANO, Eugenio. Telecaribe: un modelo de acción para 1998. En: COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN. **Canales regionales de televisión**. Bogotá, 1998.

MORALES, Marta. Investigaciones sobre T.V. colombiana. In: **Signo y pensamiento**, 12, 1988. P. 69-80.



MÚNERA, Luís Fernando. **La radio y la televisión en Colombia. 63 años de historia.** Bogotá: Apra ediciones, 1992.

MÚNERA, Alfonso. **Fronteras imaginadas: la construcción de las razas y de la geografía en el siglo XIX colombiano.** Bogotá: Planeta, 2005.

MÚNERA, Alfonso. **El fracaso de la nación: región, clase y raza en el Caribe colombiano (1717-1821).** Bogotá: Editorial Planeta, 2008.

MUÑOZ, Sonia. Cómo es posible hablar de la historia de los medios de comunicación en Colombia. In: **Revista Sociedad y Economía**, 6, 2004. P. 235-242. Disponible en: <http://sociedadyeconomia.univalle.edu.co/index.php/sye/article/view/228>

MURDOCK, Graham. Los agujeros negros del marxismo occidental: Respuesta a Dallas Smythe. In: **Cuadernos de Información y Comunicación**, 11, 2006. P. 11-22. Disponible en: <http://revistas.ucm.es/inf/11357991/articulos/CIYC0606110011A.PDF>

MUSEO NACIONAL DE COLOMBIA. **Medios y nación. Historia de los medios de comunicación en Colombia.** Bogotá: Editora Aguilar, 2003.

MCCAUSLAND, Ernesto. **Telecaribe 20 años construyendo región.** Barranquilla: D' Vinni Ltda., 2006.

MCKINSEY & COMPANY. (1999). **Public Service broadcasters around the world.** Disponible en: <http://www.kbs.co.kr/technopark/down/international/McKinsey.pdf>

NOAM, Eli. (1995). Towards the third revolution of television. Presentado en Symposium on productive regulation in the TV Market, Alemania. Disponible en: <http://www.columbia.edu/dlc/wp/citi/citinoam18.html>

NARVÁEZ, Ancizar (2013). Mercado de medios y esfera pública en Colombia. In: **Revista Eptic Online**, 15, (1), 2013. P. 49-66. Disponible en: <http://www.seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/704>

OFCOM. **The international communications market reports.** London: Ofcom, 2016.

OPEN SOCIETY INSTITUTE. **El precio del silencio. Abuso de publicidad oficial y otras formas de censura indirecta en América Latina.** Buenos Aires: Asociación por los Derechos Civiles; New York : Open Society Institute, 2008.

OROZCO, Guillermo (coord.). **Historias de la televisión en América Latina.** Barcelona: Gedisa, 2002.

ORTEGA. Patricia. Televisión pública en América Latina: los valores del mercado y las políticas del Estado. In: **Infoamérica**, (3-4), 2010. P. 205-213. Disponible en: [http://www.infoamerica.org/icr/n03\\_04/ortega.pdf](http://www.infoamerica.org/icr/n03_04/ortega.pdf)

PAASI, Anssi. Re-constructing regions and regional identity. **Nethur lectura**, 7, 2000.

PÁEZ, Pedro & SILVA, José. Las teorías de la Regulación y privatización de los Servicios Público. In: **Administración & Desarrollo**, 38, (52), 2010. P. 39-56.

PALACIOS, Marco. **Entre la legitimidad y la violencia. Colombia 1875 – 1994**. Bogotá: Norma, 1995.

PALACIOS, Marco y FRANK Safford. **Colombia país fragmentado, sociedad dividida**. Bogotá: Norma, 2002.

PISCITELLI, Alejandro. De la centralización a los multimedios interactivos. In: Diálogos de la Comunicación, 41, 1995. P. 82-97. Disponible en: <http://dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2015/41/DE-LA-CENTRALIZACION-A-LOS-MULTIMEDIOS-INTERACTIVOS.pdf>

PALACIOS, Marco. **Entre la legitimidad y la violencia. Colombia 1875-1994**. Bogotá: Norma, 2003.

PENAGOS, Julián. La prensa en la Nueva Granada entre 1810 y 1812. In: **Folios**, 27, 2012. P. 15-45. Disponible en: <https://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/folios/article/view/12764/11503>

PINZÓN DE LEWIN, Patricia. **Pueblos, regiones y partidos. La regionalización electoral**. Bogotá: CIDER, Universidad de los Andes, 1989. REVISTA P&M. Año XVI, n. 180, Enero, 1996.

POSADA, Eduardo. El regionalismo político en la costa Caribe de Colombia. In: CALVO, Haroldo y MEISEL, Adolfo. (Eds.). **El rezago de la costa Caribe colombiana**, Bogotá: Banco de la República, Fundesarrollo, Universidad del Norte, Universidad Jorge Tadeo Lozano, 1999, p. 331-357.

RAMÍREZ, Lina. El gobierno de Rojas y la inauguración de la televisión. In: **Historia crítica**, 22, 2001. P. 131-156. Disponible en: <https://historiacritica.uniandes.edu.co/view.php/403/1.php>

REVISTA P&M. Año, Febrero, 1997

REVISTA P&M. Año XVIII, n. 250, Febrero, 1998

REVISTA P&M. Año XIX, n. 217, Febrero, 1999

REVISTA P&M. Año XX, n. 228, Enero-Febrero, 2000

REVISTA P&M. Año XXI, n. 240, Febrero, 2001

REVISTA P&M. Año XXII, n. 252, Febrero, 2002

REVISTA P&M. Año XXIII, n. 264, Febrero, 2003

REVISTA P&M. Año XXIV, n. 276, Febrero, 2004



REVISTA P&M. Año XXVI, n. 300, Febrero, 2006

RASHKIN, Elissa. Prensa y Revolución en México: La Vanguardia, 1915. In: **Folios**, 26, 2011. P. 65-89. Disponible en: <http://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/folios/article/view/11155/10231>

RESTREPO, Mariluz. **La Televisión en Colombia: Treinta años de documentación**. Bogotá: FELAFACS, PUJ, 1990.

REY, Germán. La televisión en Colombia. En: OROZCO, Guillermo (coord.). **Historias de la televisión en América Latina**. Barcelona: Gedisa, 2002.

RIVERA, Martha Cecilia. El porvenir de los canales regionales. (37-44). En: **¿Hacia dónde va la TV colombiana?** In: CÍRCULO DE PERIODISTAS DE BOGOTÁ. Bogotá: Gráficas Modernas, 1986.

ROJAS, Cristina. **Civilización y violencia: la búsqueda de identidad en la Colombia del siglo XIX**. Bogotá: Norma, 2001.

RONDEROS, María Teresa. **Punch, una experiencia en televisión**. Bogotá: Plaza y Jane, 1991.

RODRÍGUEZ, Clemencia. & TÉLLEZ, María Patricia. Historia del melodrama televisivo colombiano. La telenovela en Colombia: mucho más que amor y lágrimas. In: **Controversia**, 155, 1989. P. 22-82.

RODRÍGUEZ, Adriana; RODRÍGUEZ, Ricardo & SEVILLA, Manuel. Biografía pública de la televisión en Cali según información de prensa (1954-1970). In: **Signo y Pensamiento**, 48, 2006. P. 55-75. Disponible en: <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/3679>

RODRÍGUEZ, Adriana; RODRÍGUEZ, Ricardo & SEVILLA, Manuel. Más televisores que televisión: espacios domésticos y televisión en Cali entre 1954 y 1970. In: **Signo y Pensamiento**, 52, 2008. P. 145-164. Disponible en: <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/3718>

RODRÍGUEZ, Adriana; RODRÍGUEZ, Ricardo & VARGAS, Aura María. Repositorio digital Comhistoria: contexto, génesis y análisis de una herramienta para la investigación histórica sobre medios de comunicación regionales en Colombia. In: **Signo y Pensamiento**, 59, 2011. P. 156-177. Disponible en: <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/2441>

ROUSSO, Henry. Memoria e historia: la confusión. Conversación con Philippe Petit. In: **Pasajes: Revista de pensamiento contemporáneo**, 24, 2007a. P. 45-61. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2498108>

Rouso, Henry. La trayectoria de un historiador del tiempo presente, 1975-2000. **Historizar el pasado vivo en América Latina**, 2007b. <http://historizarelpasadovivo.cl/downloads/rousso.pdf>.

SACRAMENTO, Igor. Entre Campos: os estudos de televisão no Brasil. Em BARBOSA, Marialva; DA COSTA MACHADO, Maria Berenice & SACRAMENTO, Igor (editores). **Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil 2012/2013**. Brasília: Ipea, 2013. P. 293-229.

SÁNCHEZ, Fidel. **Retos de la televisión pública en Colombia: la implementación de la TDT en los canales regionales**. V Congreso Internacional Latina de Comunicación, Universidad de La Laguna, 2013. Disponible en: [http://www.revistalatinacs.org/13SLCS/2013\\_actas/117\\_Sanchez.pdf](http://www.revistalatinacs.org/13SLCS/2013_actas/117_Sanchez.pdf)

SANTOS, Suzy dos. E-Sucupira: o Coronelismo Eletrônico como herança do Coronelismo nas comunicações brasileiras. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, 25/27, 2006.

SANTOS, Suzy; CAPPARELLI, Sérgio. Coronelismo, radiodifusão e voto: a nova face de um velho conceito In: BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César Ricardo Siqueira (Org.). **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo: Paulus, 2005, 1, p. 77-101.

SERJE, Margarita. **El revés de la nación: territorios salvajes, fronteras y tierras de nadie**. Bogotá: Universidad de los Andes, 2011.

SCOLARI, Carlos. This is the end. Las interminables discusiones sobre el fin de la televisión. In: **Trama de la comunicación**, 13, 2008. P. 13-25. Disponible en: [https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/25463/Scolari\\_Unr\\_This.pdf?sequence=1](https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/25463/Scolari_Unr_This.pdf?sequence=1)

SMYTHE, Dallas. Communications: Blindspot of western Marxism. In: **Canadian Journal of political and social theory**, 1, (3), 1997. P. 1-27. Disponible en: <https://journals.uvic.ca/index.php/ctheory/article/view/13715>

SMYTHE, Dallas. Réplica a Graham Murdock. In: **Cuadernos de información y Comunicación**, 11, 2006. P. 23-30.

STEVENSON, Nick. **Culturas mediáticas. Teoría social y comunicación**. Buenos Aires: Amorrortu editores, 1998.

TAMAYO, Camilo. Hacia una arqueología de nuestra imagen: cine y modernidad en Colombia (1900-1960). In: **Signo y Pensamiento**, 48, 2006. P. 38 – 53. Disponible en: <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/3682>

TÉLLEZ, Hernando. **Veinticinco años de televisión colombiana**. Bogotá: RTI., 1979.

TÉLLEZ, María Patricia. Participación ciudadana al interior de la Comisión Nacional de Televisión. En HERRÁN, María Teresa, TÉLLEZ, María & RINCÓN, Omar. **CNTV: ¿y la participación ciudadana?** Bogotá: Fescol, 2000. P. 9-38.

TIRADO, Álvaro. Colombia: siglo y medio de bipartidismo. In: VARIOS. **Colombia, hoy**. Bogotá: Siglo veintiuno editores, 1978.

TREJO, Raúl. Por qué son públicos los medios de servicio público (y por qué algunos dejan de serlo). Margarita Ledo, María I. Vassallo de Lopes (Coords.). **Comunicación, Cultura e**

**esferas de poder.** Sao Pablo: USP-ECA/USC-GEA/AssIBERCOM/AGACOM, 2015. P. 55-70.

URIBE, Marcela. Del cinematógrafo a la televisión educativa: El uso de las tecnologías de comunicación en Colombia (1935-1957). In: **Historia Crítica**, 28, 2005. P. 27-58. Disponible en: <https://historiacritica.uniandes.edu.co/view.php/307/1.php>

UNESCO. **La Radio y Televisión Pública. ¿Por qué? ¿Cómo?** Paris-Canadá: Unesco, 2001.

VALDERRAMA, Carlos Eduardo. La investigación en medios de comunicación en Colombia 1980-2009. In: **Nómadas**, 31, 2009. P. 362-376. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=105112061018>

VALDERRAMA, Carlos Eduardo. (2010). El conocimiento sobre historia de los medios de comunicación en Colombia. Ponencia presentada al X Congreso de ALAIC. PUJ, Bogotá, Colombia.

VALDERRAMA, Carlos Eduardo; ROJAS, Sonia & GONZÁLEZ, Victoria. **Medios de comunicación en Colombia: treinta años de investigación y reflexión.** Bogotá: IESCO, 2011.

VALLEJO, Maryluz. Cuando los periodistas colombianos salieron a la calle. In: **Signo y Pensamiento**, 48, 2006. P. 105-122. Disponible en: <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/3681/3365>

VARELA, Mirta. **La televisión criolla. Desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la luna 1951-1969.** Buenos Aires: Edhasa, 2005.

VARELA, Mirta (s/f) Medios de comunicación e Historia: apuntes para una historiografía en construcción. Disponible en: [http://www.catedras.fsoc.uba.ar/varela/.../medios\\_de\\_comunicacion.doc](http://www.catedras.fsoc.uba.ar/varela/.../medios_de_comunicacion.doc)

VARGAS, Catalina. La Comisión Nacional de Televisión: entre inútil y cooptada. En GARCÍA, Mauricio & REVELO, Javier Eduardo. **Mayorías sin democracia: Desequilibrio de poderes y Estado de Derecho en Colombia 2002-2009.** Bogotá: DeJusticia, 2009. P. 180-205.

VIZCAÍNO, Milciades. **Los falsos dilemas de nuestra televisión.** CEREC: Bogotá, 1992.

VIZCAÍNO, Milciades. La legislación de televisión en Colombia: entre el estado y el mercado. In: **Historia Crítica**, 28, 2005. P. 127-152. Disponible en: <https://historiacritica.uniandes.edu.co/view.php/311/index.php?id=311>

VIZCAÍNO, Milciades. **Universidad y medios masivos: del estado de bienestar al mercado.** Bogotá: Editorial Universidad Cooperativa de Colombia, 2006.

VV. AA. **Televisión y Violencia.** Informe presentado al Ministro de Comunicaciones por la Comisión de estudios sobre Televisión y Violencia. Bogotá: Colciencias, 1998.

WAISBORD, Silvio. **Vox Populista. Medios, periodismo, democracia.** Buenos Aires: Gedisa, 2013.

WOLTON, Dominique. **Elogio del gran público. Una teoría crítica de la televisión.** Barcelona: Gedisa, 1995.

ZALLO, Ramón. Los espacios público y privado en el sector cultural: un punto de vista desde la economía. In: **Comunicación y Sociedad**, 21, mayo-agosto 1994. P. 31-49.

ZAMBRANO, Fabio. La transición al siglo XX: la prensa durante la hegemonía conservadora. Presentación introductoria. In: VARIOS. **Medios y nación. Historia de los medios comunicación en Colombia.** Bogotá: Editora Aguilar, 2003.

ZAPATA, María Isabel & OSPINA Consuelo. Cincuenta años de la televisión en Colombia. Una era que termina. Un recorrido historiográfico. In: **Historia Crítica**, 28, 2005. P. 105-126. Disponible en: <https://historiacritica.uniandes.edu.co/view.php/310/1.php>

## FUENTES PRIMARIAS

### Archivos de prensa

“A Telepacífico lo veo bien”. **El País**, Cali, 7 de julio, 1995, p. A8-9.

“EL canal tendrá más en cuenta al ciudadano”. **El País**, Cali, 23 de enero, 2004.

“HAY excelente calidad”. **El Mundo**, Medellín, 2 de agosto, 1985, p. 2B.

“NO existen condiciones para libertad de canales”. **El Tiempo**, Bogotá, 14 de junio, 1984, p. 11B

16 años con buena señal. **El País**, Cali, 3 de julio, 2004, p. C2.

20 años de Tv Educativa. **El Tiempo**, Bogotá, 27 de junio, 1984, p. 3C.

5 años de la TV en colores. **El Tiempo**, Bogotá, 27 de junio, 1984, p. 1C y 2C.

90 Minutos... y se volvieron 20 años. **El País**, Cali, 1 de febrero, 2010, p. C1.

ACUSAN al Gobernador del Valle de mordaza a la prensa. **El Espectador**, Bogotá, 23 feb 2010.

AL norte no llega la señal de Telepacífico. **El País**, Cali, 27 de julio, 1988.

ALARCÓN, M. C. Nuevo año en “Telepacífico”. **El País**, Cali, 9 de enero, 1989, Gaceta Dominical, p. 12.

ANTIOQUIA celebró doble independencia. **El Colombiano**, Medellín, 12 de agosto, 1985, p. 9-A, 10-A.

ANTIOQUIA ve la cara de la descentralización. **El Mundo**, Medellín, 12 de agosto, 1985.

ARANGO, Samuel (2010, 23 de agosto). Los papás de Teleantioquia. **El Colombiano**, Medellín, 23 de agosto, 2010. Disponible en:

[http://www.elcolombiano.com/historico/los\\_papas\\_de\\_Teleantioquia-EEEC\\_101599](http://www.elcolombiano.com/historico/los_papas_de_Teleantioquia-EEEC_101599)

ASÍ nació la TV. **El Tiempo**, Bogotá, 13 de junio, 1984, p. 10B

AVANZA extensión de la cadena 3 a todo el país. **El Tiempo**, Bogotá, 27 de junio, 1984, p. 6C.

BARRIENTOS, Juan Pablo. Mi salida de Teleantioquia Noticias. **El Espectador**, Bogotá, 2 jul 2013. Disponible en: <http://www.elespectador.com/noticias/nacional/mi-salida-de-teleantioquia-noticias-articulo-431178>

CÁRDENAS, Gloria Lucía. Una década de logros. **Revista Viernes Cultural**, Cali, 3 de julio, 1998, p. 4-8.

CASI listo el estudio para Teleantioquia. **El Mundo**, Medellín, 2 de agosto, 1985, p. 1A y 1B.

CASTRO CAYCEDO, Germán. Apenas en mayo de 1981 habrá TV totalmente colombiana. **El Tiempo**, Bogotá, 10 de julio, 1980, p. 8A.

CASTRO CAYCEDO, Gustavo. Aún podemos evitar el infarto de la TV. **Revista Elenco**, Bogotá, 10 de julio, 1980, p. 31.

CERÓN, Claudia. TV: mis primeros 40 años. **El País**, Cali, 12 de junio, 1994, p. C1

CONTRERAS, Gladys & VARGAS, Roberto. Expectativa de programadoras por el nacimiento hoy de la televisión regional. **El Colombiano**, Medellín, Sección Nacional, 11 de agosto, 1985.

CONVIENE privatizar la TV. **El Tiempo**, Bogotá, 27 de junio, 1984, p. 5C.

CHICA, Ricardo. Tele ¿Caribe? **El Universal**, Cartagena, 18 de marzo, 2012. Disponible en: <http://www.eluniversal.com.co/suplementos/dominical/tele-¿caribe-69367>

DESDE las 12:00 M., “Telepacífico” una realidad. **El País**, Cali, 3 de julio, 1988.

DE LA CRUZ, Leonor. Consejo de Telecaribe se reúne para elegir gerente. **El Herald**, Barranquilla, 29 de septiembre, 1990, p.1A.

DE VEGA, Floralba. Reinaldo Arroyave nombrado gerente de Teleantioquia. **El Colombiano**, Medellín, 21 de marzo, 1986, p. 18-B.

DIAZ, Yexenia. Trópicos, la visión del Caribe. **El Tiempo**. Bogotá, 6 de abril, 1992. Disponible en: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-85768>

DUQUE, Ana Lucia. TV. Pantalla para políticos. **El Tiempo**, Bogotá, 30 de septiembre, 1990.

EL memorando secreto. **Revista Semana**, Bogotá, 15 de septiembre, 1986.

EL Canal regional. **El Mundo**, El Semanal, Editorial, 10 de agosto, 1986.

EN el aire... Teleantioquia. **El Mundo**, Medellín, 11 de agosto, 1985, p. 12 y 13.

ENTREGAN recomendaciones sobre programación de “Telepacífico”. **El País**, Cali, 19 de julio, 1988.

ESTATUTO de televisión anuncia el Gobierno. **El Tiempo**, Bogotá, 11 de julio, 1980, p. 6A

FERNÁNDEZ, Juan. Quitémosle la ruana a la televisión. **El Herald**, Barranquilla, 30 de abril, 1986, Opinión.

FERNÁNDEZ, Juan. Menos palabra y más imágenes por la TV. **El Herald**, Barranquilla, 11 de octubre, 1988, p. 3 A.

GÓMEZ, Beatriz. Oímos un canal bajo el signo de Leo. **El Colombiano**. Medellín, 12 de agosto, 1985.

GOBERNADOR del Valle defiende licitación de Telepacífico. Bogotá, **El Espectador**. Bogotá, 23 de febrero, 2010.

GRAJALES, Felipe. Ana Cristina Navarro: siete años en el corazón de Teleantioquia. **El Mundo**, Medellín, 14 de diciembre, 2007.

HABRÁ estatuto de canales regionales de televisión. **El Tiempo**, Bogotá, 4 de septiembre, 1990.

HOY definen programas que durante un año emitirá Telepacífico. **El País**, Cali, 29 de julio, 1988, p. A8.

HOY nombran gerente de Telecaribe. **El Herald**, Barranquilla, 29 de septiembre, 1990, p. 9A.

IMAGEN de Antioquia. **El Colombiano**, Medellín, 10 de agosto, 1985, Editorial.

LA era de los canales regionales. **El Mundo**, Medellín, Editorial, 11 de agosto, 1985.

LARRAHONDO, F. Nuevo director: urge consolidar a Telepacífico. **El País**, Cali, 9 de enero, 1989.

LAS siete plagas de los medios regionales. **El Tiempo**, Bogotá, 5 de febrero, 2014.  
Disponible en: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-874927>

LA televisión cumple 40 años. **El País**, Cali, 13 de junio, 1994, p. 6C.

LA TV colombiana: ¡a mejorar la señal! **El Herald**, Barranquilla, 30 de septiembre, 1990. p. 6A.

LIBREROS, Lucy. (2006, 19 de agosto). Telepacífico, un canal con 18 buenas señales. **El País**. Disponible en:  
<http://historico.elpais.com.co/paionline/notas/Agosto192006/Telepacifico.html>

LO bueno y lo malo de la TV privada. **Revista Elenco**, Bogotá, 20 de marzo, 1992, p. 16-17.

MCCAUSLAND, Ernesto. Arranca Telecaribe. **El Herald**, Barranquilla, 28 de abril, 1986, p. 6A

MCCAUSLAND, Ernesto. Al ritmo de acordeones Telecaribe salió al aire. **El Herald**, Barranquilla, 29 de abril, 1986, p. 1A y 6A.

MCCAUSLAND, Ernesto. Baño de agua en la inauguración de telecaribe. **El Herald**, Barranquilla, 30 de abril, 1986, p. 3A.

NOTICIERO 90 Minutos celebró sus 20 años. **El País**, Cali, 3 de febrero, 2010, p. A12.

PÉREZ. J. G. Con “Telepacífico” comenzó un gran reto para la creatividad. **El País**, Cali, 12 de julio, 1988.

PÉREZ, J. G. Adjudicada programación del canal “Telepacífico”. **El País**, Cali, 30 de julio, 1988, p. A10

PLAN para privatizar la Tv. **El Tiempo**, Bogotá, 18 de marzo, 1992, p. 8A.

PRIVATIZADA o no ¿qué clase de televisión ofrecemos? **El Tiempo**, Bogotá, 18 de marzo, 1992, p. 5 A.

PROYECTO de televisión educativa. **El Herald**, Barranquilla, 28 de abril, 1996, p. 11 A.

QUINTERO, Silvia. Antioquia se salió con la suya. **El Mundo**, Medellín, 12 de agosto, 1985.

RESTREPO, Margarita. ¡Sol, Cámaras... y Luisa repitió Paleta. **El Colombiano**, Medellín, 12 de agosto, 1985, p. 11-A.

RODRÍGUEZ, Guillermo. Telecaribe comenzó emisiones de prueba. **El Herald**, Barranquilla, 26 de abril, 1986, p. 6A.

RESTREPO, Javier Darío. Un testigo ocular durante 30 años. **El Tiempo**, Bogotá, 27 de junio, 1984, p. 1C y 2C.

RICAURTE, Alfonso. Mayor cobertura para Canal 3 y TV Educativa, **El Herald**, Barranquilla, 4 de mayo, 1995, p. 5A.

RODRÍGUEZ, Jhon. (2014, 7 de abril). Teleantioquia: un reality de noticieros institucionales e intermediación laboral. Disponible en: <http://panguea.blogspot.com.co/>

RODRÍGUEZ, Nilva. Diez años de un “atrevimiento costeño”. **El Herald**, Barranquilla, 28 de abril, 1996, p. 10 A.

SARMIENTO, Rafael & HAMBURGER, Alfonso. Jaime Abello Banfi, gerente de Telecaribe. **El Herald**, Barranquilla, 30 de septiembre, 1990, p. 1A.

SEIS lustros de TV. **El Tiempo**, Bogotá, 13 de junio, 1984, Editorial

SERÍA inconstitucional privatizar la Tv. **El Tiempo**, Bogotá, 18 de marzo, 1992, p. 8 A.

SOLANO, Lucía Teresa. “Está listo el canal regional”. **El Colombiano**, Medellín, 2 de agosto, 1985, p. 13-A.

SOLANO, Lucía Teresa. Hoy nace la tele-imagen paisa. **El Colombiano**, Medellín, 11 de agosto, 1985, p. 5-C.

TAMAYO, José Alejandro. Nombrada nueva gerente de Teleantioquia. **El Colombiano**, Medellín, 24 de enero, 1992, p. 10-A.

TELEANTIOQUIA es un fracaso: Asomedios. **El Tiempo**, Bogotá, 26 de agosto, 1985, p. 9C.



TELEANTIOQUIA celebra su primer aniversario. **El Colombiano**, Medellín, 11 de agosto, 1986, p. 1-A.

TELEANTIOQUIA para toda Urabá. **El Colombiano**, Medellín, 5 de agosto, 1986.

TELECARIBE: Canal y cadena. **Semana**. Bogotá, 14 de marzo, 1988. Disponible en: <http://www.semana.com/imprimir/9976>

TELECARIBE 2000, el futuro del canal. **El Heraldo**, Barranquilla, 28 de abril, 1996, p. 11 A.

TELE escándalo. **Semana**. Bogotá, 11 de marzo, 2010. Disponible en: <http://www.semana.com/nacion/regionales/articulo/tele-escandalo/114203-3>

TELECENRO no acabaría con canales nacionales de Tv. **El Tiempo**, Bogotá, 19 de marzo, 1992, p. 14A.

TELECARIBE no debe ser Telebarranquilla. (2012, 29 de febrero). **El Universal**, Cartagena, 29 de febrero, 2012. Disponible en: <http://www.eluniversal.com.co/cartagena/editorial/telecaribe-no-debe-ser-telebarranquilla>

TELEPACÍFICO aplaza por 7 días programación oficial. **El País**, Cali, 24 de julio, 1988.

TELEPACÍFICO, la tercera casa productora colombiana. **El País**, Cali, 12 de enero, 2004.

TELEPACÍFICO estrena gerente. **El País**, Cali, 20 de enero, 2004.

TELEPACÍFICO no emite señales tranquilizadoras. **El País**, Cali, 2 de julio, 2006, p. A8.

TELEPACÍFICO: una década al aire. **El País**, Cali, 4 de julio, 1998, p. A4.

TELEVISIÓN regional con proyección universal. **El País**, Cali, 22 de septiembre, 1990.

TREINTA años de imágenes en la TV. **El Tiempo**, Bogotá, 13 de junio, 1984, p. 8B

**Entrevistas**

ARISMENDI, José Vicente. Entrevista concedida a Diego García, abril, 2015.

CALERO, Fernando. Entrevista concedida a Diego García, Cali, 10 diciembre, 2015.

GARCÍA, Ana Patricia. Entrevista concedida a Diego García, Bogotá, 20 de abril, 2015.

LATORRE, Luz Adriana. Entrevista concedida a Diego García, Cali, 10 diciembre, 2015.

MARÍN, Roy. Entrevista concedida a Diego García, Bogotá, abril, 2015.

REY, Edgar. Entrevista concedida a Diego García, Bogotá, Skype, 2015.

YANCES, Germán. Entrevista concedida a Diego García, Bogotá, 15 de mayo, 2015.

VIZCAÍNO, Milcíades. Entrevista concedida a Diego García, Skype, abril, 2015.

### Documentos oficiales

AUTORIDAD NACIONAL DE TELEVISIÓN (ANTV). **Informe anual de la televisión**. Bogotá: ANTV, 2012.

AUTORIDAD NACIONAL DE TELEVISIÓN (ANTV). **Reglamentación del Fondo para el Desarrollo de la Televisión y los Contenidos-FONTV**. Bogotá: ANTV, 2013

AUTORIDAD NACIONAL DE TELEVISIÓN (ANTV). **Informe estadístico. Servicio Público de Televisión**. Bogotá: ANTV, 2014.

CANAL REGIONAL DE TELEVISIÓN DEL CARIBE. **Estatutos**. Barranquilla: Telecaribe, 2008.

CARACOL TELEVISIÓN. **50 años: La televisión en Colombia**. Bogotá: Zona Ed., 2004

CENTRO DE INVESTIGACIONES PARA EL DESARROLLO (CID) (1994). **Informe Final: Estudios sectoriales de carácter global. Sector Televisión**. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

COLOMBIA. **Ley 42**, de 11 de febrero 1985.

COLOMBIA, **Proyecto de Ley 144**, de 30 de septiembre 1990.

COLOMBIA. **Ley 14**, de 30 de enero 1991.

COLOMBIA. **Ley 182**, de 20 de enero 1995.

COLOMBIA, **Decreto 3551 de 2004**, de 28 de octubre 2004

COLOMBIA. Consejo de Estado. Sentencia No. 11001. 11 de marzo, 2003

COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN. **Televisión Pública Regional: Realidad y futuro**. Bogotá: Comisión Nacional de Televisión, Convenio Andrés Bello, 1998a

COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN. **Canales Regionales de Televisión: Una mirada estatal**. Bogotá: Comisión Nacional de Televisión, CAB, 1998b.

COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN. **Módulo de televisión. Estudio General de Medios –EGM. Primera ola 2006**. Bogotá: CNTV, 2006.

COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN. **Módulo de televisión. Estudio General de Medios –EGM. Primera ola 2007**. Bogotá: CNTV, 2007.

COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN. **Módulo de televisión. Estudio General de Medios –EGM. Primera ola 2008**. Bogotá: CNTV, 2008.

COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN. **Módulo de televisión. Estudio General de Medios –EGM. Primera ola 2009**. Bogotá: CNTV, 2009.

COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN. **Módulo de televisión. Estudio General de Medios –EGM. Primera ola 2010**. Bogotá: CNTV, 2010.

COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN. **Módulo de televisión. Estudio General de Medios –EGM. Primera ola 2011**. Bogotá: CNTV, 2011.

COMISIÓN DE REGULACIÓN DE TELECOMUNICACIONES (CRT). **Análisis general de la cadena de valor y la situación actual de la industria de la televisión en Colombia.** Bogotá: CRT, 2001.

COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES (CRC). **Hábitos y usos de televisión.** Bogotá: Yanhaas, 2015.

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (DANE). **Censo general 2005.** Bogotá: DANE, 2005.

DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN (DNP). **Documento CONPES 3314. Lineamientos de política y plan de acción para la reestructuración del sector de radio y televisión pública nacional en Colombia.** Bogotá: DNP., 2004.

DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN (DNP). **Estudio de Caso: Análisis de la Televisión Regional en Colombia.** Bogotá: DNP., 2005.

SENADO DE LA REPÚBLICA. **Historias de las Leyes. Legislatura de 1985. Tomo II.** Bogotá: Senado de la República., 1987.

SOCIEDAD TELEVISIÓN DE ANTIOQUIA LTDA. **Estatutos Vigentes.** Medellín: Teleantioquia, 2013.

SOCIEDAD TELEVISIÓN DEL PACÍFICO LTDA –Telepacífico. **Estatutos.** Cali: Telepacífico, 2003.

SOCIEDAD DE TELEVISIÓN DEL PACÍFICO LTDA –Telepacífico. **Acuerdo No. 14,** Septiembre 29 de 2003.

SOCIEDAD DE TELEVISIÓN DEL PACÍFICO LTDA –Telepacífico. **Acuerdo No. 14,** Junio 1 de 2010.

## ANEXOS

### Entrevista a José Vicente Arismendi

Realizada en Bogotá Abril de 2015

Lugar: Emisora Javeriana

**J.V.A.** Mi experiencia con el canal es la siguiente; Yo había estado en España y en Inglaterra, haciendo un posgrado y acompañando a mi esposa a que ella hiciera su posgrado; llegué a Colombia en principios del 91 y empecé a trabajar con una empresa. Estaban comenzando a surgir las primeras productoras independientes que no fueran programadoras, porque había habido una licitación que descabezaron a mucha gente entonces habían algunas empresas que se quedaron con algunos equipos y otros con grupos de personas que sabían hacer televisión pero ya no tenían horario; entonces la idea era vender los equipos. Estábamos desarrollando eso cuando a finales del 91 me llamaron por teléfono, una señora: “Usted no me conoce, soy presidenta de una empresa programadora en Cali, quisiera hablar con usted” entonces yo le dije “yo estuve en Cali cuando era niño pero yo no... Permítame, además para ver la empresa de qué tamaño es” estuvimos hablando de un noticiero.

Entonces fui, me pareció todo muy precario, una casa en el barrio Tequendama... Pero me acuerdo que lo que más me gustó fue el entusiasmo de la gente, la gente quería hacer las cosas y el que dirigía era Ignacio, que me acuerdo yo sentado cuando él tenía una panadería en la 39 y yo diciéndole “Huevón ¿tú por qué te vas?” al man lo habían nombrado director de QAP entonces el man me dijo “no pues me devuelvo para Bogotá, además es que mi pareja - yo no sabía que el man era gay, para mí era un tipo medio conocido- mi pareja nunca se quiso venir a Cali” entonces no, muy verraco, creo que duró dos años allá. Entonces él se devolvió, y yo acepté y esto se nos fue prolongando hasta el 92.

Llegó el apagón, que eso nunca se me olvida, y una huelga en Telecom la hijuemadre porque Mauricio Vargas era el Ministro de Comunicaciones y se regó la ola de que iba a privatizar Telecom; entonces era una época terrible, esa Semana Santa del 92 fue terrible porque no podía hablar por teléfono con Cali y había apagón y ellos dijeron “la franja de nosotros es a medio día y el apagón en Cali era a medio día” entonces eso retrasó todo varios meses, yo incluso daba clases en la Javeriana en esa época.

Finalmente se produjo la cosa, vino el presidente de la junta directiva, el director de la Autónoma, me invitó a almorzar y me dijo “no, usted está aprobado, tiene una buena hoja de vida” y el 1 de junio del año 92, el día que se posicionó Rodrigo Guerrero como alcalde de Cali por primera vez, era un domingo, yo llegué a Cali y al otro día empecé a trabajar y duré en la franja 10 años , el gerente creo que era Calero y estaba por ahí todavía Juan Armando, me parece.

**D.G.** Sí, que él queda encargado mientras sale Calero.

**J.V.A.** Juan Armando Sinisterra...Sí, él estaba encargado y creo que Calero acababa de salir.

**D.G.** ¿Y quién es Juan Armando Sinisterra? que no encuentro mucha información de él...

**J.V.A.** Con ese apellido debe ser familiar de Amparo Sinisterra de Carvajal, era un tipo joven, me pareció siempre decente pero yo tengo la sensación de que él era como abogado...

**D.G.** Sí, él era abogado.

**J.V.A.** Como de la parte administrativa, creo que era un tipo con buenas intenciones pero a mí me tocó muy poquito tiempo porque se fue, pero el poco trato que tuvimos me pareció un tipo serio, creo que él creía en ese proyecto y estuvo allí como desde el principio, y apenas yo creo que se fue Calero él dijo “bueno, yo ya no me quedo aquí”.

**D.G.** Y le toca entonces la señora que reemplaza a Calero, Gloria Mercedes...

**J.V.A.** Ella había sido creo que vendedora y creo que era una señora honrada, que no era ajena al mundo de la tv porque al venir de la parte comercial podía entender el aspecto empresarial, yo creo que hizo una buena labor, creo que hizo unas reformas locativas para que la gente tuviera otro espacio, y ella conectó otra parte del tercer piso y hubo que hacer unas adecuaciones, pero la expansión fue muy buena, y creo que mejoró algo de los equipos...

**D.G.** Ahí Telepacífico tenía unos 7, 6 años ¿cómo fue esa época, cuántas horas de programación, cómo funcionaba el canal, cómo se sostenía?

**J.V.A.** Nosotros éramos la programadora más grande, que tenía más horas, teníamos 2 horas y media diarias, 7 horas y media a la semana; nosotros en el noticiero sentíamos que competimos contra Noti5. Noti5 cuando yo llegué Jairo Purgarán duró muy poquito tiempo y se vino para Bogotá, y a mí las historias que me contaban eran vainas negras, que las barbaridades que había en noti5, historias de sangre. Calero varias veces los había tenido que sancionar por amarillismo... Yo incluso la vi una vez al aire, no, la vi en una cinta, de un cura que lo habían matado unos muchachos una cosa como sexual, muy sangrienta con puñaladas y entonces noti5 mostró eso... Una de nuestras metas era ganarle a Noti5 en sintonía sin caer en esas tácticas, y lo logramos no mucho tiempo después de que yo llegué, fue el noticiero de más alta sintonía en el canal y entre todos los noticieros regionales del país.

**D.G.** ¿Y cómo era hacer tv en las regiones con la precariedad técnica y de personal en algunos aspectos?

**J.V.A.** Yo creo que del año 94 al 98 era una época dorada; nosotros no sabíamos lo que era la precariedad, sabíamos lo que eran unos recursos limitados pero nosotros teníamos 10 o 12 corresponsales, 10 periodistas, 2 practicantes, 5 camarógrafos con asistente, carro, teníamos corresponsales en Bogotá, Buenaventura, Popayán, Pasto.. Un equipo grande, muchos de los que trabajan ahora en los canales privados eran corresponsales nuestros en esa época, y teníamos un carro propio, un Renault chistosísimo que le pusieron un sobrenombre, Comunerito, le decían... Fue una época dorada, en el año 98 las cosas se comenzaron a deteriorar porque había una crisis económica generalizada, en el 99 secuestraron a Isabel, de la iglesia La María, que estuvo secuestrada por 6 meses, llegaron los canales privados y la pauta se dificulta todavía más y en el 99 hasta el 2002 que creo que yo me salí eso fue recorte y recorte...

**D.G.** ¿Y el sector comercial o empresarial de Cali apoyaba al programador con las pautas...?

**J.V.A.** No apoyaban, había que convencerlos, yo recuerdo que eso era de las cosas que más se quejaba la gente era eso; “toda esta gente convenció al gobierno de que había que apoyar a la región y de que ellos iban a apoyar el canal y anuncian en Bogotá”. Parte del discurso, teníamos un departamento comercial impresionante, parte del discurso era ir y decir “usted está anunciando en tal parte y mire nuestro Rating” pero Tecno Químicas, Johnson & Johnson, Rica... Esas empresas vallecaucanas, la 14... Eran muy pichicatos, no creían en la tv regional ni mostrándoles.

**D.G.** uno que estaba en Cali uno crecía con 90 minutos, uno llegaba a la casa y siempre era el noticiero, además porque en las cadenas nacionales no había un noticiero que la gente viera en las regiones, los noticieros nacionales eran más que todo por las noches ¿no?

**J.V.A.** Los noticieros de medio día o eran muy malos o eran muy bogotanos.

**D.G.** Exactamente. Bueno, yo estoy intentado hacer una historia desde las tres versiones, desde lo social cultural, desde lo económico y desde lo político, entonces ¿en lo cultural usted cómo cree que el canal ha aportado a la región a pesar de todas las limitantes económicas, todas las intervenciones

políticas y todas las dificultades que han tenido cuando llegan los canales privados? ¿Cuál cree que ha sido el aporte de TELEPACÍFICO y TeleAntionquia, que está a punto de cumplir 30 años. Qué se podría decir de esos canales?

**J.V.A.** Yo creo una de las tentaciones o recursos es periodizar que el canal hasta el año 98-99 tuvo una etapa y de ahí en adelante cayeron dos plagas que fueron la politización y la penuria económica, la misma historia... Pero digamos que hasta el 98, que hubo una sucesión de gerentes mucho más escogidos, habían unos mecanismos para nombrar al gerente, ahí había gente que de verdad tenían un proyecto juicioso, yo creo que Rostros y Rastros perteneció a esa época, y ayudó a que la gente se viera, ese efecto espejo que tienen los medios de comunicación, mire como son ustedes, divierte a la gente y la cuestiona... ¿qué otros programas? un fenómeno de sintonía siempre en el canal fue Candilejas...

**D.G.** Estrellas del pacífico...

**J.V.A.**...Estrellas del pacífico... Pero Candilejas era una cosa que uno decía “pero ¿cómo puede ser?;no es ni un programa de humor!” una canción de fondo y un señor montado en un caballo montado en un mariachi y es un solo plano secuencia, entonces la primera imagen son unas flores y hacen un zoom out y se ve el señor en plano general y después muestran la cabeza del señor y del caballo y luego vuelven a las flores y de pronto por allá aparece una muchacha... Y la gente veía eso. En mi época a finales de los 90 todo este tema del festival millonario de la 14 también es muy Vallecaucano, que los payasos, que los concursos, que la música... Todo eso muy popular yo creo que para el canal eso significa una conexión con los gustos populares y las sensibilidades.. Las franjas de opinión y pretenciosas de contenido ya no pegaban tanto; el canal hizo esfuerzos grandes en transmitir que Petronio Álvarez, que lo de Popayán, las bandas de San Pedro y yo creo que esos eran esfuerzos desde lo académico, desde lo que los intelectuales creemos que necesita la gente pero eso no pegaba tanto... Conectaban más los programas deportivos, Rojo y Verde, Oscar Ranchería...Esa idiosincrasia el canal la recogió muy bien. En épocas más recientes, cuando yo estaba de defensor del televidente, yo ya no vivía en Cali y ya no estaba tan metido en el canal y lo hacía de verdad lo más imparcialmente posible hablando con televidentes, hablé con más de 500 televidentes en esos 3 años... Había un fenómeno de por las tardes, cosas para jóvenes ...un personaje que ojalá no existiera pero que existe y es el Gato Arce... Esto es la vergüenza del caleño , y quién puede negar que..

**D.G.** Más caleño no puede ser.

**J.V.A.** Pero ese man es un hit, ese tipo conecta...Yo no he visto a alguien más recursivo, más inteligente y astuto para coger media hora y hablar paja y hacer bobadas y que la gente se pegue a eso... Uno no puede decir que hace daño pero no hace bien... Pero eso conecta.

**D.G.** Además caleño, porque no pega en otro lado.

**J.V.A.** No, en otro lado dicen “por Dios, qué horror ese tipo” con gafas negras, feo, mala voz, calvo...

**D.G.** Chiquito, bajito.

**J.V.A.**...Ignorante, porque pronuncia mal las palabras... A la gente le divierte esa vaina. Entonces ese loco es un fenómeno, y en esta última época que yo estuve como defensor del televidente la proliferación de los programas deportivos dañó lo deportivo entonces se volvió una cosa... Hay demasiados. Unas malas copias de esos canales argentinos que la escenografía parece una nave espacial, todo brilla, todo vuela... Eso es algo que a mí personalmente no me gusta ... Creo que tantos se anulan, porque es que llegó a haber franjas diarias de deportes fijas a las 9 de la noche y había una que saltaba a las 9:30 y no sé qué pero media hora antes había otro y entonces usted dice “¿al fin cuál es cuál?” y no se sabe, eran parecidos ... eso permitió además que se metan esos

anunciadores como que son de dudosa reputación que uno dice “¿será un almacén de deportes o será una lavandería?” entonces eso dañó un poco porque lo deportivo estuvo en una época muy bien... Y lo musical yo creo que se desapareció.

**D.G.** No, ahí hay varias cosas... Yo no me puedo meter mucho con la programación y los formatos y todo eso pero digamos que también la capacidad de innovación también es muy poca por las mismas condiciones, porque tienen que vender, porque tienen que... Y uno se queda no solo en TELEPACÍFICO, uno ve cualquier canal regional y digamos que la parrilla es casi siempre la misma: los noticieros, los deportivos hablando 3 periodistas ahí de lo mismo, y los programas de magazine de entrevista por la mañana de salud y qué comer y ... ¿Por qué se le reclama, aunque eso también es un deseo de muchos de los que trabajamos desde afuera y los que los estudiamos, más innovación cuando está comprobado que es muy difícil innovar en tv y requiere mucho dinero?

**J.V.A.** Es porque requiere mucho dinero, sobretodo... El canal antes que yo llegara hizo uno o dos intentos de llevarse a Pepe Sánchez, hacer la historia de la niña, a mí me hablaban de eso.... Eso fue con el presupuesto del año entero , hacían 8 capítulos mejor dicho eso no lo veía nadie y hubo 2 o 3 gerentes más que ensayaron eso ... Es una buena pregunta, yo a favor de los realizadores de TELEPACÍFICO diría que es el reto de los canales gringos, es el reto de los canales ingleses , es el reto de RCN y Caracol el “¿Qué hacemos para ser creativos?” incluso con mayor tragedia para los que tienen más plata porque aun los que tienen plata, se gastan un mundo de plata y no les funciona , entonces lo que ha sucedido con la tv en general como medio de comunicación es inflación de canales , y cuando hay inflación cada unidad pierde valor, entonces hoy en día cualquier persona común y corriente tiene 60-70 canales de tv. Hubo una época en que aquí en Bogotá no había sino dos cadenas nacionales, y aquí en Bogotá habían 30 empresas y cada una tenía 3-4 horas diarias; Con media hora de tv a la semana usted podría ser rico, las otras 3 horas podía perder, y en eso vivían. Hoy media hora en un canal en medio de 60 canales eso no es nada, hay canales enteros que sufren, entonces lo que sucedió con la tv es eso, hay inflación de canales.

**D.G.** Entonces en ese sentido también cuando uno hace la mirada histórica de los noticieros, los noticieros siempre han sido los mejores programas regionales , por lo que usted decía, la gente se empieza a ver ahí o empieza a ver noticias o que no las ve nunca en la tv nacional o que le toca comprar el periódico para enterarse.

**J.V.A.** Cuando yo estudié comunicación, una de las cosas que me dijeron y nunca se me olvidará fue: “el primer criterio de noticiabilidad es la sintonía”. Lo que es para mí, es mucho más interesante que estemos aquí hablando y alguien se tire por esa ventana a un avión con 200 muertos en Bangladesh... Pueden ser 200 muertos pero eso está muy lejos . O 800 pobres africanos que se acaban de morir para nosotros son una cosa horrible pero nada que ver hermano con los 11 soldados del Cauca que tienen a este país parado en la cabeza y está mucho más cerquita... Y a la pareja que mató Transmilenio ahí no sé qué es todavía más impresionante ... Uno de los hombres más ricos del mundo que es Warren Buffet\*, que es un genio para comprar cosas y es un viejito y ha comprado como 70 u 80 periódicos locales... No están cerrando periódicos, este man los compra y yo digo “qué sabrá él que no sabremos nosotros?” yo creo que lo que él sabe es que siempre se necesitarán los periódicos locales porque de lo que está pasando en sus pequeñas ciudades de 100 mil habitantes no le habla un medio grande, ni CNN. Nosotros lo teníamos clarísimo, a mí la gerente de TeleAntioquia(TA) como a los 5 años de estar dirigiendo el noticiero me llamaba, por alguna razón les devolvieron un noticiero y ellos asumieron el noticiero, el canal directamente. Entonces ella me llamaba y me preguntaba “¿Vos tenés sección internacional?” y le decía “NO” “¿Y por qué no?” “Para eso está CNN, el que necesite noticias internacionales no pone TELEPACÍFICO, porque nosotros no tenemos corresponsales ni planta ni satélites ni nada” “¿Y cómo no vas a salir con noticias internacionales?” “Porque no, es media hora perdida” entonces me llamaba “Ve, y vos cómo haces..” hasta que me contrató como asesor, y básicamente lo que hicimos fue aplicar las lógicas de que ahí está el noticiero...



**D.G.** Yo en algún momento hablé con Miguel Ángel Palta y él me decía que ellos tenían indicadores como antes de la 1, que es cuando empieza el noticiero, está todo el mundo en los nacionales (RCN y Caracol) y a la 1 el rating comienza a subir dramáticamente, digamos que es una muestra de eso ¿no? la gente puede ver muchas cosas pero la gente sí quiere enterarse qué pasa en su región.

**J.V.A.** Y era peligrosísimo decir “Dios mío, estos manes empiezan media hora antes que nosotros” pero eso se volvió una ventaja, la gente ya veía todo lo nacional y decía a la 1 “vamos a ver qué está pasando aquí”. Ahora, nos pasaba una cosa horrible y es que los canales privados son muy tramposos y mentirosos, me acuerdo un día de un supuesto ataque guerrillero en Cali, entonces terminamos el noticiero y yo le digo a \*\* “güevón, cómo así que nos chivean los noticieros nacionales, ellos tenían imágenes...” ellos tenían imágenes de archivo, pero les ponían efectos de sonido y no decían que eran de archivo entonces los llamaban.

**D.G.** Todavía lo siguen haciendo porque los corresponsales parece que leyeran el Q’hubo y no buscaran otras noticias para mandar en lo nacional. Profesor, ¿Usted qué sabe por ejemplo de las dificultades del canal para vincular los demás departamentos, por qué siempre se quedó en el valle digamos en cuanto a sección....?

**J.V.A.** Es que eso fue una mentira seguramente de que el gobierno aprobara el canal pero el problema es que de esas 4 gobernaciones la única que tiene plata es el Valle, usted va a la gobernación en Cauca y n tienen plata, ni el Chocó, entonces pues así usted tuviera toda la voluntad política si los manes dicen “no, yo no tengo plata”... Por ejemplo, Mariana Garcés hizo un ejercicio bastante fuerte y es que con plata del canal puso la señal en Nariño y en Popayán y en el Cauca.... Cuando eso, nosotros nos buscamos una corresponsal en Quibdó, nos buscamos corresponsales, hicimos una cosa mucho más... Pues nos costaba mucha más plata pero por pura convicción lo hacíamos pero la gente no nos veía. En Popayán tenía más sintonía el canal que tenían las empresas municipales de Popayán y que llegaba y le cobraban con la cuenta del agua... Eso les funcionaba más que TELEPACÍFICO.

**D.G.** Sí, en Pasto ven más CityTV que TELEPACÍFICO, por ejemplo.

**J.V.A.** Porque es que cubrir eso .. O sea la manera de ser de los Vallunos o de los Pastusos ... Nariño tiene como ciento y pico de municipios, Nariño es muy complicado de anclar aún si no hubiera problemas de orden público. Cubrir eso bien cubierto es muy verraco. Si allá no han tenido plata para hacer su propio canal... Eso es una mentira, TELEPACÍFICO es del Valle.

**D.G.** Sí, porque inicialmente se iba a llamar TeleValle.

**J.V.A.** Y eso sería más honrado. Pero incluso es un problema de plata y es un problema de autonomía decir “a ver, esto se llama TELEPACÍFICO y todo lo hacen desde Cali... No, a mí no me pidas plata para seguir transmitiendo cosas del Valle” Que TeleCafé en cambio la gerencia queda no sé dónde, la subgerencia en otra parte... Ahí sí lo hicieron como era... Y TeleCaribe también busca una rotación, otras cosas.

**D.G.** Se desconectan para hacer sus propios noticieros. Otra hipótesis que estoy manejando en el proyecto es esa presión y esa paradoja a la vez de querer comercializar estos canales regionales que sirve para unos tipos de formatos pero también que lleva al canal a una sostenibilidad que no les impide casi cumplir su objetivo regional, por ejemplo cuando salen los canales, las programadoras nacionales dicen que esos canales no se les permita vender publicidad porque empieza a competir con la pauta de ellos, y cuando salen los privados nacionales pues toda la publicidad se reduce por la crisis, y la gente que medio tiene los canales regionales las sacan, no sé si esa dependencia tanto de la comercialización también lleva a que los canales no tengan una estabilidad ni una proyección a largo plazo.

**J.V.A.** Sí, vea: en la vida real hoy TELEPACÍFICO vive de la pauta oficial, no comercial, y eso es lo que ha permitido que el gobernador de turno haga lo que le dé la gana con el canal, entonces las consecuencias fueron negativas porque creo que lo que en realidad le da independencia a una empresa de medios es tener muchos anunciadores porque lo vacuna contra dos problemas: 1. si tiene poquitos anunciadores cada anunciador tiene mucho poder, entonces para que no se le salga uno usted se arrodilla porque o si no se quiebra Entonces si tiene muchos puede aguantar la presión de algunos anunciadores que van a intentar de joderlo, usted puede decir “nada, no le anuncio”, usted sigue con los otros, pero además eso le da la tranquilidad de no comer cuento del gobierno que día “yo tengo mis derechos” pero cuando el anunciador es la lotería del valle o la empresa de licores del valle, todo eso es el gobernador, entonces si usted se porta mal con él se lo quita y se lo da a otro entonces todo el mundo está ahí haciendo lo que le da la gana.

**D.G.** Eso se evidencia en la poca vigencia de algunos programas, en los canales regionales la “vida útil” de los programas es muy corta, salvo algunas excepciones como Rostros y Rastros, Candilejas y los noticieros... Pero los programas salen muy rápido del aire...

**J.V.A.** Pero eso pasa en los canales privados también, hay telenovelas que no duran mucho, hay realities que duran apenas lo que es, los programan por temporadas... Yo creo que eso no es solamente el problema empresarial sino que eso hay tanta oferta que pegarle a algo es muy difícil, encontrar un formato que todo el mundo quiera ver durante mucho tiempo es muy difícil.

Antes se debía quizás a la falta de oferta, usted tenía 3 o 4 programas entonces usted los tenía que ver. La gente los criticaba pero los tenía que ver... Ahora hay mucho para donde irse entonces las posibilidades de tener sintonía alta y sostenida durante el tiempo son muy limitadas... Esas series gringas que hacen duran 4 o 5 temporadas y ya... Los Simpson son una excepción rarísima que lleva como veintipico de temporadas, pero de resto ahí acabaron incluso series que se supone que las está siguiendo un resto de gente, las acaban... La tv se volvió desechable.

**D.G.** ¿Y usted cómo ve la situación de la tv pública en Colombia precisamente con esos cambios? sobre todo con la tv digital o la programación con demanda.

**J.V.A.** Sí, pues a mí me tiene un poco desconcertado las cifras que oigo, porque oí decir al presidente de Asomédios que la tv abierta prácticamente no existe porque el 75% de la gente tiene cable, entonces que esta pelea de los privados de decir “no le pongo tv de alta definición en su cable porque usted no me está pagando” que era por el honor pero después en la encuesta del consumo cultural descubrí que no, que como el 70% de la gente de este país no tiene plata para pagar eso, entonces a tv abierta la que manda, entonces apenas estoy asimilando esas cifras Yo creo que la tv pública no tiene perspectivas de mejorar, no sé si se acabará, pero no va a cambiar mucho de donde está, pasa incluso en EEUU, casi nadie cae en cuenta que la TV privada en EEUU es la norma pero que hay una tv pública muy fuerte, de muy buena calidad, pero que tiene cada vez menos recursos y está en peligro de acabarse, y eso que allá tienen unas campañas de donaciones para que la gente les de plata y los apoyen, la gente del común y con eso reúne plata... Pero eso está mal herido, yo creo que el público en general, finalmente el capitalismo terminó convirtiendo todo en mercancía, incluso internet está en riesgo de eso... El gesto de Facebook es básicamente privatizar el internet: “le voy a regalar FB y aquí le voy a tener todos los servicios, usted no se tiene que salir de aquí”.

**D.G.** Pero no se me vaya.

**J.V.A.** Eso, no se me vaya, entonces que la gente crea que internet es FB, que sin salirse de FB usted puede tener todo... Yo creo que eso no lo van a lograr del todo pero son intentos muy serios de acaparar y privatizar todo con esta lógica comercial, entonces el discurso de lo público históricamente

está muy débil... A lo mejor la historia da vueltas, pero no creo que en nuestra vida vayamos a ver que eso se revierta.

**D.G.** Digamos que eso tiene mucho que ver con la idea de lo público en cada país; en Colombia lo público siempre ha sido muy deteriorado y de unos años más para acá pero por ejemplo hay otros países donde apenas están haciendo canales públicos ... O las leyes de medios están buscando para que lo público esté mucho más fortalecido; aquí lo público siempre fue lo de nadie o lo de unos pocos, y nos acostumbramos mucho a que todo nos lo prestaran...

**J.V.A.** Hay un juego de palabras que ayuda a orientar en eso y eso “lo privado es público y lo público es privado”.

Lo privado es público porque la gente publica en las redes todo lo que está pensando, haciendo, dónde vive, dónde comió... Y lo público es privado, los servicios públicos que a nosotros nos tocaron eran del Estado y ahora no... Y yo no veo suficiente masa crítica para decirle “¿no disque cuando privatizan todo iba a ser una maravilla?” mire lo que es la telefonía, mire lo que pasó con la salud.. Hay una serie de servicios públicos que uno dice “¿no disque esto iba a ser mejor?” lo público está muy deteriorado, funcionaba mal y ahora privatizaron varias cosas y en algunos temas estamos mejor pero en otros no, pero hay muy poca conciencia de que debería haber algo público que funcionara bien y no necesariamente todo lo privado es bueno De hecho los jóvenes de hoy cuando les dicen “mire hermano, cuando usted hace una búsqueda en Google, los resultados que le aparecen dependen de quién es usted, ellos saben quién es Ud.” y ellos dicen “¿y qué importa?” ... “Oiga, mire, usted puede que le estén leyendo los mensajes “¿Y qué importa?” somos los de otra generación los que decimos “un momentico, usted tiene derecho a su privacidad.

**D.G.** Cuando salieron los canales públicos regionales hubo mucha crítica en el país, sobre todo desde Bogotá, decían que iba a haber una atomización de la identidad nacional, porque ellos siempre quisieron que hubiera una homogeneidad y pues eso se puede discutir, pero a mí me parece que uno de los retos y una de las cosas que nunca hicieron los canales regionales fue unirse, y cada uno se fue por su lado, solo se enlazan para mostrar el carnaval de Barranquilla, Blancos y negros, y no se enlazan para pensar más el país desde lo regional, eso siempre me llamó la atención, no sé desde adentro eso cómo se puede mirar, porque por ejemplo en las noticias, uno en las noticias de TA solo ve Medellín, pero también podría ver Cali, Armenia, cosas que no ve ni siquiera en lo nacional.

**J.V.A.** Hubo un tiempo que lo hacíamos Pero no sistemáticamente porque no todos los días hay noticias sobre eso, recuerdo cuando había un problema con el Cali , Alexander, el director del sindicato, el que ahora es congresista del Polo, y el alcalde era Cobo... Bueno, ocuparon la torre de Cali Unos encapuchados y ese alcalde no sabía qué decir, y nosotros tratando de buscar los dos puntos de vista entonces habla el presidente del sindicato y el alcalde ... El presidente era un avión súper convincente y en cambio este Cobo no sabía qué decir, entonces le decíamos “mire, estamos cumpliendo con una norma periodística pero no le estamos haciendo ningún bien a la ciudad” a nosotros nos cae muy mal el alcalde pero no podemos dejar que el presidente del sindicato sea el que dice qué se hace y qué no, no podemos dejar que lo arrinconen , entonces nos inventamos una cosa que le decimos “la tercera” entonces había un personaje , Fabio noséqué de Univalle que era un tipo que había investigado el tema de la administración y entonces para que pusiera en contexto... Otra cosa que nos inventamos fue eso, llamar a alguien de TA y hacer un informe de cómo son las entradas públicas de Medellín , que todo el mundo que decían que era un modelo y tal, entonces para poder contrastar... Llamamos a TC a un noticiero, “decimos cómo funciona la AAA” “no, es que el acueducto es distinto, que no sé qué, que hay controversias...” listo, contános eso, con acento de allá y tal, pero eran digamos favores que hacíamos muy puntuales, no rutinarios El otro tema es esto, hermano, yo le oí decir a Martín Barbero en una conferencia que me dejó así... Yo creo que tiene razón el viejo y es que “en esto de la globalización la economía une, la cultura separa” entonces el man dice que “el dinero fluya de una parte a otra es una cosa fácil de hacer, pero unificar...” yo recuerdo cuando la UE estaba naciendo, decían que chévere que su diploma de Francia

le sirva en España y tal pero contar la historia del S. XVIII en una escuela de España es una cosa y en una de Francia es otra porque Napoleón aquí fue un invasor y allá era un héroe, entonces yo ato esos cabos y yo digo que lo cultural separa... Entonces yo creo que la colaboración entre canales es complicada creo que es importante que transmitan los silletteros, y los carnavales... pero de resto no sé qué tanta sintonía tenga eso...

**D.G.** No, pero es interesante eso de que la cultura nos separa porque uno podría idealizar más el papel de la cultura en la convivencia, la confraternidad...

**J.V.A.** Claro, pero mientras más ahonda usted en la cultura de otra gente... Usted que ha vivido en otro país, hermano, usted sabe que listo, usted se adapta allí, pero ellos no se adaptan a usted, y cuando usted vuelve dice “uy, estuve este fin de semana en Cali y yo no me acordaba de esto” porque es que la cultura es muy cercana ...

**D.G.** Bueno, profe, el trabajo que yo presenté y que usted estuvo ahí presente que era digamos de la politización , que a partir de revisiones y de hablar con más gente ha tenido que matizarse, porque no era tan radical, pero yo me acuerdo que usted ese día me dio “el que politizó esto fue angelino” y revisando actas de juntas directivas efectivamente Angelino es el que mete al gobernador en la junta directiva y como presidente, antes era el secretario de hacienda el que participaba, y el gobernador tenía un candidato de libre nombramiento, pero ahorita es el libre y el presidente Entonces ¿por qué termina sucediendo eso? no en el caso de Angelino, sino en el caso de las televisiones públicas y el caso de TELEPACÍFICO, yo analicé TELEPACÍFICO no por ser de la región, porque yo estoy analizando TELEPACÍFICO, TA y TC, sino porque es el más paradigmático; TA la tiene fácil , por decirlo así, es un departamento, siempre va a tener un gobernador, y TC la tiene mucho más difícil, porque son siete gobernadores , entonces se pueden poner de acuerdo ellos y ahí vaya y venga, pero en el Valle son 4 departamentos , con un solo gobernador, y el gobernador con dos puestos más Infivalle, ¿usted cómo cree que eso impacta en el funcionamiento del canal? usted lo ha dicho, la gobernación directamente no pone mucha plata, la pone a través de la plata... Infivalle, la lotería... ¿Termina eso manipulando o influyendo mucho en el manejo del canal? No sé si a usted le tocó vivirlo o le tocó una época de unos gerentes mucho más comprometidos con el proyecto...

**J.V.A.** No, yo lo vi venir y cuando yo me salí fue cuando eso se profundizó, a mí no me tocó Angelino como gobernador, afortunadamente, pero yo creo que como decía garganta profunda “siga la plata” creo que en el fondo el problema es de plata, las programadoras regionales venían de una crisis económica la hijumadre, y el que tenía plata era Infivalle, entonces eso se fue dando naturalmente, a lo mejor si uno hablara con angelino diría “si nosotros estábamos sosteniendo el canal, ¿por qué eso no se veía representado políticamente? si nosotros ya mandamos” a lo mejor diría “yo lo que hice fue darle una expresión política a una realidad económica que ya estaba” si los otros dptos. Hubieran tenido plata hubieran dicho “cómo así, esto se llama TELEPACÍFICO” pero nunca hubo ahí suficiente representación, y a lo mejor esos otros dptos. Decían “yo qué me voy a poner a pelear si eso no es problema mío” entonces yo intuyo, esa sería una hipótesis de trabajo, que lo que en realidad... Porque si hay un gobernador que se quiere montar y hay unas programadoras fuertes que tienen sus recursos y no dependen de ellos, sino que hay un empresariado y están vendiendo shampoo, papel higiénico, harina... entonces el gobernador ” listo, haga su política pero no se nos puede venir aquí a montar” , pero no, los agarró completamente débiles, gente que se estaba quebrando y tal, y llega este man como redentor y hace la vocería y tal y nadie dice nada; la única pelea que ha tenido TELEPACÍFICO es porque a la universidad autónoma le iban a quitar 90 min porque esa sí era una abogada cochina de abadía , pero de resto nadie nunca brincó y ¿por qué? “porque Infivalle nos da plata” es la única vez, y esa sí que fue una pelea grave.

**D.G.** Pero y por ejemplo usted decía que muchas cosas dejan de suceder por falta de masa crítica, dice que condiciona el hecho de que Infivalle financie el canal, pero... Me explico: es que en otros canales la junta directiva también está presidida por los gobernadores, pero por ejemplo tienen claro los criterios de selección de los gerentes, tienen claros los periodos, pero en TELEPACÍFICO a partir del

2001 coinciden con los periodos de los gobernadores, entonces no sé por qué nunca se ha dado esa discusión... Omar rincón dice “la tv es lo más importante de lo menos importante” y usted ve y los gobernadores siempre desechan la tv, pero cuando están en el poder la aprovechan al máximo, y eso lo ve uno en TA también con Fajardo, con Aníbal Gaviria... Como que dicen “no se preocupen por el canal regional, no vale la pena discutir eso” pero cuando están ahí intervienen fuertemente. El caso de Abadía también...

Entonces nunca se da esa discusión...

**J.V.A.** Tiene razón, yo creo que no es visible para la gente e intuyo que como a principios de los años 2000 veníamos de esa crisis hubo empresas que cerraron , la propia Procívica fue vendida porque la autónoma era la única interesada y Luís H Pérez tiene una cosa política que le gusta mucho y está muy bien conectado y logró finalmente apoderarse de Procívica que era una cosa que no había podido hacer durante mucho tiempo. Pero la fundación Carvajal estaba mirando para otro lado. Entonces aprovecharon y dijeron “uy salgamos de este chicharrón” pero ahí había un compromiso del sector fundacional del valle muy serio de decir “uy hagamos una tv de calidad” entonces hubo un relevo y llegaron unas programadoras nuevas o gente nueva y entonces el gobernador pudo hacer lo que quiso, no era una industria fuerte en la que hubiera gente que tuviera toda la historia y toda la trayectoria y contexto y decir “hey, un momentico, aquí está pasando algo mal”, Guillermo Restrepo estaba ya en el periódico El País, tenía una enemistad con Mariana Garcés que fue la que siguió después de él y ella también lo odiaba a él entonces él también se desentendió, porque él era un tipo que hubiera podido tener una conciencia muy grande y tenía el periódico El País para decir “hey, aquí está mal” pero el man se desentendió, ya no quería saber nada de TELEPACÍFICO, Mariana también cuando salió se puso a mirar para otra parte, entonces no hubo dolientes o ninguna voz que dijera “oiga lo que estamos haciendo aquí está mal, no porque el gobernador presida la junta sino porque aquí no hay unos contrapesos sino que el señor puede hacer lo que se le da la gana, como pone la plata y además tiene los estatutos a su favor, estamos jodidos”.

**D.G.** Sí, claro...¿El periódico El País tuvo programadora?

**J.V.A.** Sí, pero muy al principio, cuando yo llegué ya se había acabado. Eso es una constante en los canales regionales: El Colombiano también tuvo televisión, El Mundo, El Herald, La Patria, pero eso evidentemente no funcionó. Porque era un socio natural, tenía los clientes y el target pero los periódicos son empresas muy estáticas y tradicionales y nunca entendieron cómo era la tv y para ellos era un estorbo, gastaban mucha plata entonces terminaron cerrando.

**D.G.** Lo miraban más como una proyección del periódico que como otro negocio.

**J.V.A.** Claro, y eso es lo que hace ese canal de El Tiempo, ese canal es malísimo, CityTV no da sino pérdidas, sino que ellos se quedan callados, pero produce unas pérdidas grandísimas al año, empezando porque ese es un canal montado por las patas, ese es el ejemplo de cómo en Bogotá ellos vuelven y arrancan de cero porque ellos no aprenden de nadie, están asociados, pudieron haber llamado a sus amigotes de El Colombiano, El País, El Herald... Y les metieron el mismo cuento: “no, que la tv regional ustedes deben meterse a eso” CityTV es un canal regional de Bogotá y los tipos la hicieron todavía más mal hecha que el resto, lo que pasa es que tienen más plata, pero se fueron a Canadá y por usar el nombre CityTV en una época y les tocaba pagar como 11 mil dólares mensuales solo por usar el hijuemadre nombre. O sea no habían transmitido nada, pagado ningún sueldo y ya se habían gastado 11 mil dólares cada mes ¿ves? y al principio todos los nombres eran en inglés y todo, tuvieron que ir a Toronto no sé cuántas veces, yo estuve muy cerca, mandaban gente para allá, gastaban un montón de plata que para poner un canal, como si en Colombia nunca hubiera habido un canal de tv local o regional, y ahí siguen sosteniendo eso que no sirve para nada, así en la página web ellos digan que subieron la sintonía... Sí, subieron de 3 puntos a 4.

**D.G.** La otra vez también hablábamos de que no hay condición para decir que un comunicador puede manejar mejor un canal público, ¿pero por qué llega tanta gente de fuera del negocio de la tv a la tv pública particularmente?

**J.V.A.** Yo creo que eso es prueba de lo que usted estaba diciendo hace un rato, y es que cuando los candidatos a una gobernación están en campaña en lo último que piensan es en eso “¿a quién pongo en hacienda, a quién en educación...” solamente al final por descarte le toca a un güevón que manejó la industria del chance en el Valle, como este señor que fue nefasto, fue de los peores gerentes del canal, y así, Gloria Mercedes, porque le trabajó en ProCivica... Ella ya estaba retirada cuando la nombraron gerente.

**D.G.** Pero Naranjo es el que usted dice.

**J.V.A.** Sí, ese Naranjo era fatal.

**D.G.** Y de ahí en adelante, Víctor Manuel que él trabajó en la secretaría de gobierno de Abadía y todo

**J.V.A.** Incluso Patiño no era buen gerente, era un teórico, intelectual humanista, le gustan las mujeres negras.. Entonces el man estaba más pendiente de cómo se levantaba a las negras que...

**D.G.** Mire por ejemplo el caso ... Yo por lo menos trato de no hablar de buenos o malos gerentes porque ahí me meto con un gran lío, pero por ejemplo TC en el 2003 que casi se acaba hace un concurso de méritos, llega un sociólogo, que es Edgar Rey , lo califican como malo, sale y ocupa secretaría de educación y eso, pero es un sociólogo tipo Germán Patiño que escribía sobre el folclor en la costa atlántica , los carnavales... Y durante 6 años hizo un periodo relativamente de estabilidad del canal que estaba a punto de quebrarse, entonces es muy difícil decir quién es el adecuado para manejar un canal regional, pero sí hay una particularidades digamos que un abogado que viene a manejar el chance, y que además cuando llega comienza a meter gente y a condicionar las licitaciones y a hacer esto entonces ahí ya uno puede tener más criterio, ¿sí? pero digamos que no sé si la formación sea tan..

**J.V.A.** ¿Sabe qué creo yo? Lo que pasa es que hay cargos para los que siempre es difícil encontrar, porque no hay... usted no puede poner “se necesita gerente de canal regional de TV, experiencia mínima de 4 años como gerente”.

**D.G.** No, no hay.

**J.V.A.** Cuando usted dice “gerente de distribución” usted dice “muéstreme cuántas veces usted ha sido gerente o subgerente de distribución” pero para manejar un canal regional, hay 7 canales regionales y que cambian de gerente cada 6 o 7 años y que usted haya sido gerente de TC no me sirve a mí,, Ni que sea alguien de adentro le da a usted la garantía de que como este fue un buen director administrativo del canal entonces va a ser un buen gerente, puede que sí pero puede que no tenga visión...

**D.G.** Es que esa es una historia, porque por ejemplo la debacle de TC comenzó cuando puso un acordeonero Vallenato, Iván Ovalle y ahí ya para abajo, y cada canal tiene la misma historia, TELEPACÍFICO es el que empieza con mejores perfiles de gerentes, en TA empiezan con perfiles de industriales antioqueños, gente que venía de la comercialización, de ventas ... y TC empieza con gente que no era del sector de formación en tv o cultura pero que sí había hecho tv como Dangond y como el que maneja hoy la fundación de Gabo, Jaime Abello ,entonces cada canal tiene sus trayectorias diferentes

No, TELEPACÍFICO podía darse el lujo de nombrar a un director de Inravisión, eso es un lujo... Pero en TA no tenían eso.

**D.G.** Entonces Antioquia qué hacía, no metía a alguien en la cabeza de tv pero sí lo metía como jefe de programación, entonces por ejemplo Olga Castaño.

**J.V.A.** Ella sí sabía.

**D.G.** Como que uno no puede decir “usted fue buen gerente de TC entonces venga y me dirige TELEPACÍFICO...”

**J.V.A.** Ese tipo de cargos necesita una supervisión que diga “uy este man nos sorprendió, lo está haciendo bien” pero si a los 3 meses no da pie con bola pues salga de ahí y pongamos a alguien que sí sepa, eso fue lo que faltó porque son cargos en los que hay que escoger, echarse la bendición y decir “listo, yo creo que este man lo va a hacer bien pero voy a estar encima” y solamente cuando yo vea señales de que me puedo tranquilizar entonces lo dejo trabajar mientras tanto voy a estar encima como presidente de la junta diciéndole “no, cómo así que hubo 50 nombramientos , qué está pasando” pero eso no lo hacen.

**D.G.** Profesor y usted por qué nunca estuvo cerca de la gerencia del canal o de la junta directiva o ese tipo de participación?

**J.V.A.** No sé, nunca me preocupé por eso...

**D.G.** Ni nunca lo invitaron ni nada?

**J.V.A.** Nada, yo fui buen amigo de Juan Guillermo Restrepo , puedo decir que soy más o menos amigo de Mariana Garcés, de Gloria Mercedes, pero de otros personajes no. Cuando Gloria Mercedes estaba allí a veces hubo conversaciones por interpuesta persona porque si Abel amenaza a la gerente nuestra ... Esa es una familia toda chistosa porque dos viudos con hijos se casaron e Isabela Bernaza era hija del señor y Gloria Mercedes de la señora, entonces se volvieron hermanas políticas, pero por eso ella es Martínez y esta es Bernaza, porque son de dos familias distintas, pero se criaron como hermanas, en la misma casa... Entonces había esa confianza y por eso nunca nadie demandó ni dijo “un momentito, estas señoras son hermanas, ¿cómo van a nombrar hermanas...?” entonces a veces Gloria Mercedes pedía consejos e Isabela me decía “oiga qué será TELEPACÍFICO que yo no sé quién está pidiendo no sé qué vaina y...” entonces yo daba opiniones pero fue lo más cerquita que estuve.

**D.G.** ¿Y luz Elena Azcárate no es familiar de los Sinisterra? el segundo apellido de ella no es Azcarate Sinisterra?

**J.V.A.** No sé, puede ser ...

**D.G.** Como son tan poquitos...

**J.V.A.** Yo esperaba más de ella y después me dijeron que no , que eso había sido la politización porque Mauricio Guzmán...

**D.G.** Bueno, profesor yo le agradezco mucho la información.

**Entrevista a Fernando Calero (F.C.).**  
**Realizada en Cali el 10 de Diciembre de 2015.**  
**Lugar: Residencia Fernando Calero**

**F.C.** Recomponerse completamente, eso no puede estar en manos de los Gobernadores

**D.G.** No, totalmente de acuerdo

**F.C.** Y eso para que uno diga “bueno esto...” va a tocar cambiar todo el sistema público del país que viene en deterioro ¿y quién tiene la voluntad política de hacerlo en este momento? la presidencia no. Mirá lo que hizo el ministro Molano, no le interesó eso, él estaba en su cuento de las tecnologías, que tiene razón para llevar un país pero se preocupó fue por la cobertura, no por nada más, y uno dice “bueno, esa es la prioridad de un gobierno, vamos a decir que cubrimos esto”. Pero a mí me parece que ahí hay una falla bastante grande en cuanto a que desciende el discurso, una falla grande.

**D.G.** ¿Pero uno puede decir que está casi a punto de morir? Digo, la tv en ese sistema público?

**F.C.** Mirá lo sostendrán pero es que si una tv que nadie la ve o que nadie le cree o que la gente está buscando otras cosas en la tv que no la proveen ni se identifica con ellas, la ven como algo como... Bueno, yo creo que toda la tv está en crisis pero eso es como una percepción. El modelo de tv de Colombia fue de los más exitosos en América Latina e incluso de Europa , en los años 90 se consideraba la mejor experiencia que tenía el país y como buenos colombianos destruimos esa potencialidad porque a los gobernadores se les dio... Fíjate que aún ese concepto de autonomía tiene sus fallas, aunque no lo creas, entonces lo de la cuestión del manejo de lo público todavía estamos muy mal, y luego te preguntan “¿y qué significa eso de los medios como el soporte de la democracia?” y quedas en pañales en Colombia, “¿y qué es un ente regulador y cómo funciona?” pero es que el deterioro ha sido, y ahí un “me a culpa”, nosotros estuvimos con el grupo de los de las tv regionales creando un concepto de lo del ente regulador y bueno, la idea era buena pero encontrar aquel momento, bueno tiene que ver con el fenómeno del proceso 8000 y al presidente Samper se le da por entregar un concepto que hoy en día todavía pesa mucho en la democracia y es que él promete entregar los puestos a gente que ni conocía en verdad del tema, y eso ha pasado también en las gerencias locales yo no sé, ya está pasando entre nosotros Conocí a un gerente el año pasado, el gerente de TeleCaribe (TC), me pareció un tipo interesante, como bien, pero nuestro gerente aquí es un tipo que..

**D.G.** Del bolsillo del Gobernador...

**F.C.**...Del bolsillo del Gobernador, sin criterio , sin nada, lo único es que ya estuvo en La Beneficencia del Valle y no sé qué, y ese es su discurso, no hay una propuesta clara de la tv.

**D.G.** El tema de la dirección es muy tenaz porque Buelvas si es productor audiovisual, de TeleCaribe (TC) y eso, pero eso no quita que viene amarrado de ciertos poderes, allá le toca más difícil porque es que toca responder a un montón

**F.C.** Y fíjate que TC tiene una propuesta descentralizada, que aquí no hemos logrado

**D.G.** Yo siempre he dicho que es el más regional de los canales regionales

**F.C.** Aunque la gente no es para nada regional, en Antioquia es que la cabezota de Medellín es... Bueno, allá tienen equidad y todo el mundo se cree de Medellín eso no se pone malo, pero acá en el Sur Occidente, las otras regiones incluso en el Valle lo ves que es una región de ciudades, una región urbana, donde la participación debiera ser integrada



**D.G.** ¿Nunca se pensó en TV local?

**F.C.** Lo que pasa es que ese concepto en ese momento no la vimos muy clara, pero cómo funcionaría eso, eso tendría que ser un proceso así como fue la descentralización de la TV, eso fue un momento que fue una lucha constante, uno que ve el reporte ,eso es solo como decir como “vea, es esto” pero las luchas internas , lo que estaba haciendo la TV nacional para que esto no saliera. No, eso no era fácil, fue un logro que se cumpliera eso. Había una ministra, una mujer muy mediocre, porque ella tenía unas aspiraciones políticas como por otro lado, pero por lo menos le siguió al tema...

Porque cuando comenzamos nosotros el tema yo ya había salido de Inravisión, ¿cierto?

**D.G.** ¿Usted sale de Inravisión en el 82?

**F.C.**¿83? no me acuerdo, pero sí, fue 82-83, después todo el proceso de la licitación que nos dieron palo, pero fíjate que hoy en día yo hasta escribí por ahí un artículo, claro, defendiéndome también porque nosotros habíamos estudiado, no habíamos hecho eso improvisadamente y lo que entendíamos que era un proceso en ese momento en Inravisión porque ya se le adjudicaba a gente que no tenía nada que ver, entonces afortunadamente el Ministro era muy cercano a Belisario Betancur y nos ayudó en eso ¿cierto? Y fíjate que nosotros propusimos primero el concepto de franja, luego dijimos “no, esto hay que otorgarle a la gente por lo menos 4 horas, porque o si no la gente no tiene cómo, y tienen que ser responsables de producción nacional”, se hizo el 50% de producción nacional para que se otorgaran, se buscó que se enfrentaran géneros, y eso nos dieron palo: “¿cómo es posible que se enfrenten telenovelas...?”

**D.G.** Y que no hubiera en dos canales la misma programadora, eso en esa época...

**F.C.** ¡Claro! No, claro, eso era parte, porque imagínate como era eso... Todo eso le pareció entonces...

Y yo creo que en alguna forma fue un éxito porque viste que la trayectoria hasta los años 90 de la tv nacional fue bastante buena, tanto en la programación como en la descentralización. A mí me da culpa porque uno dice esas cosas y a veces me cuestiono ... Y cuando uno lo ve y a la larga ¿qué están haciendo los canales regionales sin ese concepto de calidad siquiera ni de evolucionar? se enfrentan noticieros contra noticiero hoy en día, las telenovelas, concurso contra concurso eso es... entonces así sí no

**D.G.** Sí...Yo ahí leyendo el libro que usted me prestó de Fonade yo tenía una duda y eran los tiempos, porque ese libro tiene fecha de junio del 85, o sea, ya existe la Ley del 85

**F.C.** Sí, te explico por qué, todo eso se entregó al Ministerio, pero el informe, ese informe, se entrega a Fonade en junio del 85

**D.G.** Pero ese fue base para la ley

**F.C.** Claro, y si tú ves ahí la resolución es exactamente la misma que la diseñamos con el Ministerio, pero el informe ese es el que se le entrega a Fonade, porque ese era un contrato que había que estarle entregando al Ministerio de todo lo que vos viste ¿no cierto? la resolución de creación de TA, el decreto y todas estas cosas

**D.G.**¿Y por qué sale un decreto antes de la ley? ¿Hubo mucha presión de TA?

**F.C.** No, yo creo que Belisario quería hacerlo, no quería demorar más eso y como ya tenía los estudios.

**D.G.** Es el último decreto de la TV, o sea, es el último decreto presidencial sobre la TV

**F.C.** Así es, es el último decreto presidencial sobre la TV... Y había urgencia para hacerlo Y el informe sale después porque claro, se compila todo, se justifica y todas las cosas

**D.G.** A mí me llamó la atención los modelos de financiación que proponen que eran patrocinios, el cobro a unas tasas y prestación de bienes y servicios

**F.C.** Sí

**D.G.** ¿por qué lo de las tasas nunca se dio? ahí uno lo lee y tiene mucho sentido

**F.C.** Claro, pero políticamente no tenía sentido a nivel regional porque no se los van a quitar a ese porcentaje del Alcohol o de los servicios públicos ¡no! y entonces se armó la grande, el gran boroló, y el presidente en vez de lucharlo y decir “no, esta es la forma en que podemos mantenerlo” decidió no ponerse a pelear, bueno, comenzaron muchos problemas políticos para Belisario también en ese momento y yo creo que él decidió que no le iba a jalar a eso y Noemí tenía su interés político, ella quería hacer de todo ¿cierto? presidenta y todas las cosas, ya ella comenzaba su trayectoria política.

**D.G.** Y además me parece que las mismas regiones no quisieron “oiga, yo no voy a sacar plata para eso que ni sé para qué sirve”

**F.C.** Fíjate que eso es una cuestión que dice “¿eso para qué sirve hoy en día?” ¿no cierto? tienen que aportar, no lo que deberían, en realidad, pero lo tiene que hacer, y eso hubiera sido un modelo que hubiera funcionado muy bien. Es que después el gobierno no supo cómo administrar eso, le dio demasiado poder a las Gobernaciones y aquí lo que nosotros queríamos era un balance, una coordinación, si lo ves ahí recuerdas que una coordinación de Inravisión.

**D.G.** Aparece después la coordinación

**F.C.** Aparece la Coordinación después, y otra cosa que nosotros decíamos ahí era la importancia que tenía que esto funcionara como un sistema , que se hablaran entre región, y no teníamos la técnica y sin embargo decíamos que eso era importante en el momento Hoy en día está la técnica y no se hablan entre regiones ¿cómo ves producción en una sola? y entonces todo lo que uno dice “¿cómo es posible que no lo vean?” ¿cierto? ¿Cómo es posible que entre regiones por qué no se pueden dar a informar con la voz de la región? no atravesando Bogotá, ¿me entendés? que me parece que sería una forma de construir país.

**D.G.** Para mí eso es un hallazgo que es muy peculiar, se pidió siempre descentralización pero lo que hizo fue centralizarse en otro lugar ¿sí? no hubo una conexión nunca entre los canales, aprovechar recursos , o sea, hay poca plata y no se logran hacer conjuntamente...

**F.C.** Nosotros utilizamos en Telepacífico (TP) ... Bueno, si vas a ver los informes, yo tenía hasta informes de todo eso, cuando se hacían análisis de todo eso.., Bueno, había una competencia , decían “bueno, ¿qué fue lo que vos hiciste mejor, qué fue lo que ustedes hicieron mejor...?” y había cosas interesantes por lo menos entre los tres canales principales de ese momento, pero una de las cosas que se hizo en TP fue que se fue a transmitir desde las ciudades , o sea transmitía eventos desde la ciudad, eso por un lado, y comenzamos a tratar de buscar dramatizado, hubo un concurso de guiones y... Trajimos gente de Brasil ¿no? Camilo Arbeláez que es un profesor de la universidad no sé si lo conoces, un tipo muy creativo, él se ha dedicado más al cine pero él estudia en Brasil y trajimos a uno de los grandes guionistas de Brasil en ese momento, y la idea es crear una escuela de guiones con elementos de la región y que cada región produjese algunos capítulos o ¿no? términos de convivencia... Hicimos uno que por ahí debe estar, todo bonito en la TV regional que se llamaba “La niña de los milagros”, algo así, como una niña abusada y lo firmamos y tuvo su éxito porque tenía

elementos de capacitación y la idea era seguir un poco en ese proceso para ver... Bueno, sabes los documentales de TP ...

**D.G.** De Rostros y Rastros

**F.C.**...Rostros y Rastros, ¿no cierto?, lo que hizo Mayolo también sobre el pacífico dejó visualizar todo...

**D.G.** Además a la gente le encantaba ver eso

**F.C.** ¡Le encantaba! se veían ahí es increíble eso, y esa cultura del documental se perdió también ¿no cierto? o una crónica bien hecha.

**D.G.** La noticia que debería tener otros elementos de la noticia, se ha vuelto una repetición de las páginas amarillas y ...

**F.C.** Sí, las noticias en los regionales también le he hecho seguimiento y en algún momento leí que para evitar lo que pasaba en la TV nacional, que los hijos de los ex presidentes se entregaban sesión de derechos de los noticieros pero los canales nunca se les permitió producir.

Bueno, TA ha sido un experimento interesante, la Cooperativa

**D.G.** Setel Group y Copercol

**F.C.** Copercol... Y me parecía que esa era una buena propuesta, aquí no lo pudimos hacer, pero aquí se hizo otra cosa, Aquí tenía fama de la fundación Carvajal y... que y se agruparon para hacer un noticiero diferente y lo lograron, bueno, hoy en día está a manos de los dueños de ingenios azucareros.

**D.G.** 90 minutos...

**F.C.** Pero eso fue al inicio bueno como experimento diferente, y vos ves infortunadamente hoy en día 90 minutos y uno no sabe distinguir y esa fue una de las cosas que se les criticó , lo que es un publibreportaje y que es verdaderamente a mí me parece peligrosísimo , pero nadie está haciendo un análisis... ¿Dónde está el análisis que se le hacía y que nosotros en la Comisión Nacional logramos demostrar también eso, sobre los contenidos y el manejo de los contenidos ? es una cosa bárbara, uno dice “¿dónde está la creación de un país aquí?”

**D.G.** ¿Qué trascendencia..? Y 90 minutos por ejemplo tiene una franja nacional que la coge de Caracol

**F.C.** La coge de Caracol...

**D.G.** Sí, la debería coger de TA, de otras regiones...

**F.C.** Entonces por ejemplo 90 minutos coge la franja nacional de Caracol pudiéndose enlazar con canales regionales, por ejemplo, porque ahí lo nacional sigue siendo lo nacional que ellos dicen que es lo nacional, y lo nacional es Bogotá

**D.G.** Y lo nacional es Bogotá, ¿no cierto?

**F.C.** ¿Por qué hoy en día las universidades no hacen un análisis de esto? y le decía “mire: es esto, se puede hacer un análisis textual, de impacto, de lo que está sucediendo con la audiencia con respecto a

esto “.. Yo creo que la deserción de la audiencia en esos noticieros es pavorosa. Entonces yo creo que hoy en día es “¿qué le decimos a la gente para que se queden ahí?” entonces morbo, y empiezan con el morbo y eso es una hora de morbo y luego 20 minutos de otra cosa...

**D.G.** Entonces la gente está yéndose a otros canales, los jóvenes. No creo que vean nada de eso, de la tv de hoy en día

**F.C.** No, las estadísticas, o lo que logra medir uno a veces por el rating, que eso ya no es fácil de decir, los canales regionales son canales de viejitos , como dice...

**D.G.** Sí, claro, claro

**F.C.** Porque yo creo que al mirar eso y al comparar en América Latina... Es que el modelo de Colombia claro, uno lo ve ahí estático pero habría que repensarlo, obviamente, pero cuando lo ves dentro de las posibilidades de América Latina, a pesar de las contradicciones políticas que tiene Colombia es un modelo interesante, ¿no cierto? que proponía, cuando uno lo ve históricamente, mucha más diversidad de la que hay hoy en día en el tema de noticieros, en las series, en todo... Y entonces claro, uno ve el panorama es diferente, pero no haber podido entre los ministerios, el mismo Ministerio de Cultura , el Ministerio de Educación y el Ministerio de las TICs hoy en día , no pueden... Es que yo creo que entre ellos no trabajan conjuntamente en esas cosas Ministerio de Educación no se preocupa de lo que llaman en Europa la “Alfabetización Audiovisual”, no se ve una propuesta clara de eso , aunque eso ayudaría , porque ahí estarían incluyendo un montón de cosas y las experiencias son bastas, o sea que eso es una cosa nada nueva que estemos inventando. El Ministerio de Cultura se mete en la cultura y dice “hay producción , hay cosa pero vamos a apoyar las comunidades esas.. Como lo alternativo” que también tiene su cantidad de cosas extraordinarias, pero no se mete en las cosas políticas amplias de los medios , porque no lo deja MinTIC.

**D.G.** Y yo creo que a veces un lugar en donde nadie sabe cómo actuar, por ejemplo, TV cultural, ¿quién lo hace? ¿El Ministerio con plata de la ANTV? ¿o la ANTV con apoyo del Ministerio? porque yo la otra vez escuché a la nueva directora de la ANTV y decía eso, el Ministerio no tiene dinero para la TV cultural, por ejemplo , entonces si ellos quieren hacer algo lo tienen que hacer con dinero de la ANTV.

**F.C.** ... Y el Ministerio de Cultura no tiene plata para hacerlo, apoyarlo ... Entonces ahí diría uno que la ANTV diga “nuestra política es también está, entonces lo vamos a hacer de tal y tal forma” pero allí hay una presión de la ANTV hacia los ministerios o quien produce porque no quieren que le digan “no, es que nosotros damos, nosotros ponemos el tema” ¿me entendés? No son capaces de ponerse de acuerdo en unas cosas tan sencillas como la producción audiovisual del país, entonces uno dice “¿qué es lo que pasa?” Y en todo el sistema habría que repensar el sistema público de la TV ¿cierto? yo creo que necesita autonomía, necesita que la ANTV no esté enfrascada.

**D.G.** Yo aquí entre las cosas que estaba pensando, porque yo estoy haciendo una historia pero también es pensando como de aquí en adelante, ¿es posible blindar la TV pública? ¿Cómo blindarla de todos esos intereses que hay detrás?

**F.C.** Bueno, esa fue experiencia con la propuesta que se hizo a través de la constitución del 91, blindarla, una idea de esa donde habían 3 artículos que ninguna otra constitución tenía, en el mundo siquiera ¿qué es lo que pasó? hubo un momento de coyuntura que no logró que eso se diera en la realidad cuando querías aplicarlo Cuando un Presidente decide que los 5 componentes sean más políticos que verdaderos profesionales , que como debería ser una comisión, ¿no cierto? las características de los 5, como dicen, y se los llevó por la faja completamente, entonces uno dice ¿cómo blindarla? pero yo creo que deberían repensarla, ojalá la historia nos diga cómo blindar la tv pública, cómo hacerla asequible, cómo darle autonomía A mí me parece fundamental cuando vos ves la BBC, todas las tv europeas, y aún la tv pública, del

servicio público, tiene otra relación, tiene sus audiencias , crea audiencias también porque están allí presentes , con todas las fallas y eso de la BBC, , las razones políticas, por qué si era otro sistema, nos tocan los daños más grandes en la política, económica, pero también la salud Entonces uno dice “si hay esas experiencias ¿cómo podría Colombia presentarlo?” pero eso necesita un acuerdo político muy grande, ahora, debería hacerse. Si nosotros logramos motivar eso entre los años 80 y 90 ¿por qué hoy en día no se puede? claro ¿cierto? Claro, la gente no se preocupa, pero yo creo que eso valdría la pena

**D.G.** Pero por ejemplo usted que conoce otras experiencias fuera de Colombia ¿es posible que la ciudadanía participe? para que realmente haya concepción de lo público porque o si no sigue siendo el Estado papá que nos trae la TV.

**F.C.** Yo lo que veo y le sigo la pista a lo que es en Europa la cuestión de los medios y sobre todo lo que es el OFCOM, que es la Oficina de Regulación del Reino Unido, había algo muy interesante, ellos tienen que presentar informes en diferentes áreas , lo ponen a los diferentes gremios donde participan y vos ves la participación de la gente, o sea que hay una construcción de política pública que parte desde la institución diciéndole “mire, esto es lo que hemos encontrado” eso no lo hacen todo ellos, lo hacen las universidades, y con base en eso la gente participa y dice “mire, tal cosa” a mí me parece una buena forma de que la gente participe en las políticas, aquí no hacemos eso ¿cierto? aquí no tenemos la posibilidad, la gente se cansa

**D.G.** Yo digo que porque es que la gente se siente muy distante de eso público, o sea como que es allá, la concepción de lo público que hablamos la otra vez

**F.C.** Mira, yo creo que en esa cultura destruimos mucho con el centralismo, el centralismo que ya se ha vuelto una ideología, que la gente comienza a apoyar, allá lo decían y es que la gente toma otras rutas, de participar o de no participación porque lo mejor es no participar sino tomar distancia. Entonces creo que logramos destruir toda esa cuestión de participación a nivel local, y la gente cree que hoy en día participar localmente es votar , no más, cuando los consejos, cuando vos participas en el concejo porque tenías una representación gremial, era una cosa cultural de participación, cuando se vuelve la cuestión de las contradicciones, cuando comienza a pagar a los concejales para que dediquen más tiempo, se vuelve la poliquitería absoluta ¿cómo destruimos nosotros algo tan fundamental? un país de regiones que no supimos aprovechar.

**D.G.** Ahora que dice lo gremial también apareció ACOTV pero desapareció también una unidad en el sector.. Hay gente que trabaja en TV , no hay gremios... Está Fecolper que es la asociación pero de periodistas, pero no hay más.

**F.C.** De las de realizadores

**D.G.** No hay una unidad que nos permita pensarlos también, porque si hay gente maltratada es la gente que trabaja en la tv, no solo en la regional, sino en la privada nacional también

**F.C.** Hay un abuso constante, Ese es otro tema que sería bueno abordar y es ver, y uno puede hacerlo objetivamente ¿qué ha pasado con la desregulación de la producción en Colombia? ¿Ha sido efectiva? porque ese también es un debate a nivel internacional, eso se vive con la desregulación, o ¿qué significa desregular? o ¿dónde está el énfasis de lo que ha de desregular o no? y esas son posiciones bastante complejas , que me parece que eso no se va a ver, yo por creo tener unos textos que leí sobre la desregulación

**D.G.** ¿Cómo se puede pensar eso? porque la tecnología puede servir para que lo use, para hacerlo más diverso, para que lleguen a más lugares o, para que se den cuenta que si no funcionaban en lo analógico, en lo digital mucho menos van a tener...

**F.C.** Yo te mencioné lo que había dicho el Ministerio de Cultura en estos tres foros sobre comunicación, cultura e innovación, ¿verdad? allí hay unos ejemplos interesantes, yo te puedo conseguir del ministerio para que lo veas porque me parece interesante cómo la gente se ha apropiado de algunos formatos y cómo están produciendo la gente, cómo lo están compartiendo, y en estos días en el país, es que no recuerdo el nombre, de un tipo de aquí de Villarica, un constructor que le dio por una camarita hacer videos sobre diversas situaciones y el éxito que tuvo en la comunidad, ¿cierto? porque por primera vez estaban hablando de ellos con ellos, y fue un éxito hasta en Europa, los llevaron...

**D.G.** Pero me llamó la atención es que en TP se revise como en cualquier otra oficina de la gobernación. O sea que toque hacer empalme en TP

**F.C.** Eso es increíble, yo lo logré, en los 4 años que estuve en TP, bueno, 3 años largos, logré que no lo metieran dentro del concepto de gabinete, y me tocaron 4 gobernadores y lo logramos porque no nos manifestamos con una cosa que no debería ser gabinete y sobre todo... Pero luego comenzaron a tener más injerencia, vieron la posibilidad de tener allí sus grupitos ¿cierto? el tener oposición política como parte del gabinete y toda la cosa.. Ahora, lo bueno del empalme me parece a mí en este instante es que se hace una pequeña radiografía en el canal..

**D.G.** Claro, sirve de balance

**F.C.** Sirve de balance porque ya nadie se siente responsable de nada, entonces me parece que es bueno para la empresa.

**D.G.** ¿Y hoy en día en el presupuesto de las regiones salen los canales? ¿o no?

**F.C.** Pues este gobernador está diciendo que entregó no sé cuánto dinero, 10 mil millones, un poco de cosas, pero uno no lo...yo recuerdo por ejemplo una instancia cuando uno ve estas cuestiones presupuestales, desde contratativa para la educación tecnológica para la ANTV, TP... Ahh y el ministerio le dan por decir 300 millones, entonces como el 10 por ciento salen como 65 millones tiene que poner TP, y los ponen, cuando le dan la plata, a los meses lo sacan porque esa plata la van a utilizar para producción ¿y qué producción? nadie lo sabe, entonces dice uno "¿qué pasó?" es una falta de claridad sobre los dineros públicos y sobre la política pública también que uno se queda es aterrado...

**D.G.** Entre las experiencias internacionales...

**F.C.** Todo el proceso...No, eso está muy bien

**D.G.** Sobre las experiencias internacionales que estoy leyendo, que eso mismo que yo insisto de lo público, va a ser público en la medida que tenga ciertas prácticas de transparencia, que haya una rendición de cuentas, que la página web (que la tecnología sirva para la transparencia la página web de la contratación estén los acuerdos, las reglamentaciones, los gastos... Que eso aquí no se ve, uno entra a la página de cualquier canal y no es posible encontrar... TP tiene los acuerdos y los estatutos y todo eso pero..

**F.C.** Bueno, eso es una de las cosas que trabajamos en el concepto de tv pública y yo por ahí debo tener una ponencia que se comenzó a trabajar con una administración, entonces se dijo eso y estudiamos qué es lo que tenía que ver con el concepto de servicio público, y eso lo que vos decís: transparencia, rendición de cuentas la opción de darle a la gente lo que no encuentra en la tv... Ponerse al día tecnológicamente, el acceso a la tv y la participación... Por lo menos 5 cosas que tienen que ver con ese concepto de la tv pública, y que eso teóricamente pero está siendo aplicado, o sea ¿si uno no tenía rendición de cuentas entonces qué está haciendo con los dineros públicos? Si no le permites el

acceso a la gente y las condiciones bajo el acceso pues tampoco estás haciendo aquí un espacio público importante

**D.G.** ¿Usted cree que las direcciones de los canales deberían tener, hacer parte de un régimen de incompatibilidad?

**F.C.** Definitivamente, claro. Es que eso no lo podemos aplicar ... La esposa del gerente, el esposo de los gerentes en alguno de los casos la tía tiene un programa y la apoyan con parte de los dineros de la ANTV

**D.G.** De eso habla Juan Carlos Garzón en el libro, él lo llama la puerta giratoria, porque es que en la tv pública hubo un momento que los que trabajaban en lo público se apropian desde lo privado se apropiaban de lo público... el caso de RTI, más o menos ahí, lo que hacen dos gerentes directores de la tv nacional, y también lo de experiencias internacionales hablan de, para que nos salgamos sobretodo aquí en Colombia de dejar de medir la tv pública con los indicadores de la comercial, y en España hay una universidad que está haciendo... Se llama Indicadores para los medios públicos, allá son casi todos locales .. Ah no, Indicadores para Medios Autonómicos de España,

**F.C.** Exactamente, entonces está la transparencia, por eso se me venía a la cabeza la transparencia, está la vinculación de la ciudadanía, está el alcance de la programación, impactos sociales de la programación, ¿sí? como una serie de ítems que se puedan medir, para que no nos sigan midiendo solo rating, solo ingreso por publicidad ¿sí? porque eso es de otros

Nosotros estuvimos representando a Colombia, tuvimos varios encuentros con España y con otros países de América Latina, ¿y el modelo de Colombia por qué se transformó en la tv regional? tenía transparencia, si tenía todos los elementos que he mencionado, el concepto de servicio público y ¿cómo se podía medir? ¿Cómo se medía? por ejemplo, uno de los elementos con que se midió TP era ¿cuántos directos han tenido los eventos públicos en las diferentes ciudades ¿cierto? Y luego ¿qué más podía afectar? uno podría decir bueno, nosotros comenzamos... Era la primera vez que desde la región misma se hacía, y se hacía con un guión desde la región, y donde se hacían documentales sobre la región en un momento dado ¿cierto? la visibilidad que podía tener la región, es un lado fundamental, porque nosotros nunca nos habíamos visto como región, todo era lo que quería la mirada desde Bogotá... Entonces eso fue muy importante, pero como que se adoptó ese concepto y no pudieron hacer otra cosa. Es que uno de los rebusques que manteníamos nosotros era... Imagínate lo que era en ese momento el pico de gallo, cada vez que había tormenta se paran los domingos a que suba por la señal, entonces imagínate, tenían apagados los tv por 15 minutos y pasaban a otros canales que tenían más fortaleza, pero también decíamos eso, no es solo llegar sino el retorno de la señal, y proponemos eso, de pronto hacíamos unas unidades de producción o de transmisión, un poco el modelo de TC, desde diferentes regiones, ya no podíamos hablar de la ciudad tal, porque sí eran las ciudades las que lo pedían ... Hoy en día se puede eso, facilito ¿cierto? y habría una gran participación, pero no han querido hacerlo, ¿cómo es que no hay, y hacen el estudio de mercado, cómo es que Nariño, que se supone que es parte, no se siente para nada visibilizado? porque se me hace que Nariño es fundamental para la integración de país y la frontera, eso cualquiera le cae, pero estos poliquiteritos chiquitos piensan es que su territorio es aquí lo que le da y mostrar 24 horas de gobernador, por favor...

**D.G.** Se convierte en la oficina de prensa

**F.C.** La oficina de prensa, sí, esa es la expresión de la prensa de política pública...

**D.G.** A mí me parece que TP a diferencia de otros canales tiene gente que lo defiende, como usted, como todos los que han pasado por ahí que son los.. Los consultan, los tienen en cuenta..

**F.C.** Pues sí, pero eso es como cuando se angustian entonces dicen “bueno, miremos cómo es..” pero cuando comienza la politiquería dentro del canal se olvidan de todo lo que podría ser, pero uno está allí porque es como el niño de uno, entonces uno dice como “carajo..” ... No, y ese man es muy duro allá, le ha ido muy duro con la Comisión Nacional de TV porque esa fue una propuesta nuestra y eso como que dice uno “carajo..” y cuando uno lo analiza uno se da cuenta que se le sale de las manos, uno no puede tampoco.. No... Con TP también, y otras cosas... La universidad del Valle también ... Pero igual uno tiene que decir “hice lo que estaba en mis manos y yo creo que fue la propuesta para ellos como...”

Pero otra de las cosa que logramos hacer es que fue la primera universidad que se metió a los canales públicos, y eso me parece que fue fundamental... No fue fácil convencer a los profesores pero se hicieron cosas interesantes, y que una universidad con principios me parece fundamental

Hay mucha gente en esa historia, lo que pasa es que dejar que... 30 años... Tristemente Queda más el que ha metido la mano para mal que para bien

**D.G.** Sí, y los logros no se ven



**Entrevista a Ana Patricia García (A.P.G.)  
Realizada en Bogotá el 20 de Abril de 2015.  
Lugar: RTVC**

**A.P.G.** Yo llegué al canal en 1986, en diciembre del 86 y trabajé hasta marzo del 2012, o sea que trabajé 25.

Y yo llegué allá porque presenté una entrevista, y yo hice toda una carrera en el área de programación, comencé como bibliotecaria, después como asistente de programación, después como coordinadora de programación, directora de televisión educativa y por último como directora de programación.

**D.G.** ¿O sea que usted llegó cuando estaba todavía Olga Castaño allá?

**A.P.G.** Cuando salió Olga Castaño. Ella tuvo una confrontación con el nuevo gerente que llegó (no me acuerdo ni qué apellido) y me enteré ya luego que renunció.

Luego se fue la asistente de programación y llegamos a ser ya dos asistentes de programación porque esta persona que antes hacía la asistencia era una mujer que trabajaba de noche, entonces se necesitó dos asistentes de programación y una de ellas fui yo.

**D.G.** ¿Y cómo fueron esos primeros años del canal? como que no había mucha claridad de cómo iban a funcionar los canales.

**A.P.G.** Yo creo que lo que hay que mirar es el contexto: Cuando aparece la televisión regional genera una gran lucha de las regiones por un medio de expresión que reflejara la región, había una televisión eminentemente centralista y una televisión centralista en que la región aparecía solamente en el momento en que había una noticia negativa, lo mismo que ocurre ahorita, hablan de Yopal y aparece Yopal solamente para el tema del agua, o La Guajira para el tema de las violencias... Entonces en la costa, en Antioquia y en el Valle una serie de intelectuales, profesionales y de profesores empezaron a generar todo un movimiento que duró muchos años haciendo foros para que apareciera la televisión regional.

Entonces en ese momento histórico en el país se estaba viviendo un momento de descentralización muy grande, aparece la elección popular de Alcaldes, y hubo una serie de medidas descentralizadoras y aparece un presidente de las regiones, un antioqueño como Belisario Betancur.

Entonces TeleAntioquia fue el primer canal que se funda por la coyuntura de haber sido líder en esas discusiones; También la Costa Caribe fue líder con Jaime Abello Banfi que ahorita es el de la Fundación para el Nuevo Periodismo. Se dieron las circunstancias porque hubo una Ministra de Comunicación antioqueña y un presidente antioqueño.

Entonces empieza la televisión regional ¿qué pasa aquí en Bogotá? Empiezan a tener temores de que con la televisión regional se les va a perder torta comercial, pues obviamente la televisión nace con una circunstancia particular y es que la oposición que se plantea desde Bogotá con las programadoras (porque en esa época no habían canales sino programadoras: Caracol, RCN...) el gobierno prohíbe la comercialización ¿entonces cómo se va a sostener esa tv de acuerdo con esa reglamentación? Vía patrocinio y vía...

**D.G....**Aportes de los socios

**A.P.G.** Sí, auspicios. Auspicios y aportes de los socios que eran muy exentos, y ese acuerdo se rompe a los pocos años. Y yo estaba ahí cuando empieza a haber una situación compleja por el tema de la financiación. Hay una cosa que incluso llamo la séptima tesis mía: A los 14 meses de haberse creado la tv nacional en la época del dictador... ¿cómo es que se llama?

**D.G.** Rojas Pinilla

**A.P.G.** De Rojas Pinilla a los 14 meses exactos aparece una cosa que se llama la tv comercial de Colombia, y al año y dos meses de haber empezado TeleAntioquia empieza a colapsar TeleAntioquia por la desfinanciación, entonces se abre la posibilidad de que haya una especie de contratistas para que comiencen a asumir algunos programas de la parrilla pero aún no se establece licitación, la licitación ya se establece yo creo que por el 87, 87 que ya empieza un nuevo gerente (87-88) el modelo empieza una convivencia de coproducción con algunas empresas de tv en la región, en el caso de TeleAntioquia, y esa coproducción empieza a colapsar porque la pauta no iba dando vía patrocinio. Cuando se modifica ese acuerdo y se abre la posibilidad de la comercialización se entra a hacer una licitación, la primera licitación de tv donde acceden a franjas del canal muchos productores regionales. Ese fue como el proceso: primero el tema de la descentralización, que no había autorización de comercialización para no tocar la tv nacional, pero ya cuando colapsa se abre la posibilidad de comercialización vía un acuerdo del Ministerio y ya se hace la primera licitación creo que en el 88.

**D.G.** Usted toca el tema de los 14 meses que coincide en lo nacional y en lo regional, es una pregunta que yo siempre hago al final pero no sé si en Colombia nunca se pudo hacer realmente tv pública auspiciada por el Estado.

**A.P.G.** Yo tengo una tesis y es que la tv está siendo tv, en su nacimiento tanto en lo regional como en lo nacional, improvisada, y en el momento en que fue improvisada nunca se planteó cuál iba a ser el modelo de financiación.

Entonces como no se planteó cuál iba a ser el modelo de financiación, porque en muchos países del mundo dijeron “el Estado asume la tv pública” hasta que en los años 90 empieza la crisis de las tv públicas en Europa ¿sí? Entonces nunca se planteó un modelo de financiación, en esa misma medida se introduce el Modelo Mixto, un modelo mixto que hace que el Estado ponga las redes, financie lo más costoso de la tv, y con eso termina colapsando ese modelo. Pone las redes y entrega a particulares en alquiler, porque ni siquiera vía licitación, sino a ojmetro en el caso nacional, en el caso de TeleAntioquia sí había una licitación porque ya había una trayectoria en la historia de la tv del país, pero en el modelo nacional no hay licitación sino que al mejor postor se les empiezan a entregar los horarios.

Entonces empieza a entregarse a esos particulares que en ese momento eran Caracol y RCN, que eran de radio, entonces empiezan a hacer modelos y empiezan a entregarle los horarios AAA, horarios como al atardecer y después del AAA, entonces ahí es donde se monta la tv educativa, para suplir una necesidad de programación educativa y no generarle de alguna manera una competencia, nunca se pensó en una financiación de una televisión financiada directamente por el Estado, por esa mismo yo diría que improvisación pero también por una politización porque ya después viene todo el proceso de entregarles ya sin licitación, ya como en los años 60, 66 más o menos, 68 empieza a entregarse en licitación, ¿pero a quienes se le entregan? a los patrocinios políticos que tenían a su vez los noticieros, entonces nunca, nunca, nunca existió una previsión ni un estudio ni una planeación, ni siquiera la importancia de lo que significa tener una tv pública para extender la cultura, promover el bienestar de la ciudadanía y dar un discurso que ahorita es reciente de lo público que es construcción de ciudadanía, que en ese momento históricamente ni siquiera se hablaba pero es que ni siquiera piensan en el tema de la cultura, de preservar la cultura, entonces no había esa claridad entre los dirigentes y al entregar a los 14 meses a los privados, empiezan los privados a ejercer un poder grande sobre la tv y por eso se establece ese modelo mixto, que ha sido un modelo dañino. Dañino en la medida que nunca se solventó lo público, y dañino porque se les entregó los mejores horarios a los privados para la explotación comercial en detrimento del crecimiento de una industria pública.

**D.G.** Claro. Ahí se han tocado varios temas: el tema de la descentralización, de la oposición de las programadoras privadas en la tv regional y también uno de los argumentos ha sido el tema de lo cultural ¿no? porque la tv nace bajo el modelo de la centralidad de la constituyente del 86 que busca centralizar todos los poderes e incluso en los foros de los 80, que se hicieron algunos en Medellín y otros en Bogotá, la región apelaba a la tv por identidad cultural y desde Bogotá decían que eso iba a ser una atomización de la identidad cultural.

**A.P.G.** Sí, eso sí es una falta de visión, pero ellos en ese discurso ocultaban lo real

**D.G.** Lo comercial

**A.P.G.** Antioquia tenía grandes empresas como la Nacional de Chocolate , que entre otras cosas no aportaron a TeleAntioquia, ¿por qué? porque el paisa tiene esa cosa de que “yo meto 2 para sacar 7” y TeleAntioquia no tenía de manera rentable, apenas estaba empezando a hacer tv , entonces ese miedo de alguna manera empieza a mostrar que no había un fundamento en lo comercial, pero la historia de TeleAntioquia sí fue mostrando que fue creciendo en trabajar un tema de las identidades, de la identidad y de trabajar el tema de la cercanía, que es el gran éxito de la tv.

**D.G.** Claro

**A.P.G.** Cuando TeleAntioquia comienza a hacer una programación donde la gente se ve reflejada en todo lo malo que tenemos los antioqueños, en ese tema de la violencia, en todo el tema de discriminación, pero de alguna manera uno puede decir que ya hoy 30 años de TeleAntioquia (este año) los antioqueños saben más de los antioqueños de lo que está en TeleAntioquia, como un espejo

**D.G.** Y volviendo al modelo de financiación que finalmente colapsa cuando aparecen las cadenas privadas en el 98 que muchos anunciantes dejan de comercializar en regionales y se van

**A.P.G.** En el caso de TeleAntioquia no...

**D.G.** ¿No se ve ese caso tan fuerte como en la tv pública nacional?

**A.P.G.** No, en ese momento teníamos un gerente que acababa de ingresar. La televisión privada empezó en el 98 , y en el 93 nosotros comenzamos a regularnos para la aparición de la tv, por una crisis frente a las contratistas, no les decimos programadoras simplemente porque realmente no lo fueron , a diferencia nacional , porque el modelo de la tv nacional es que las programadoras eran autónomas porque eran concesionarias, en cambio en el caso de TeleAntioquia y de los Canales regionales eran cesionarias, es decir, se les alquilan los horarios, se les da la posibilidad de que comercialicen pero el control de la programación absoluta la tiene TeleAntioquia, entonces qué empieza a aparecer en el 93, TeleAntioquia a coger a todos esos contratistas y les dice “especialícese y focalícese”

Aparece la Ley en el 95 que dice que hay que entregar los horarios no vía licitación sino por contratación directa, entonces TeleAntioquia empieza a decirle a las contratistas que tenían 5-6 horas, con un montón de colgados, por decir si usted presentaba noticieros tenía que presentar infantil y el infantil era un lastre para esa contratista , entonces es evidente con mucho revuelo, porque con mucho revuelo empieza a decir “listo, empiécense a especializar y TeleAntioquia empiece a producir un noticiero” vos sabes que un noticiero es el ancla de una parrilla de programación y más en la región, porque en el noticiero está todo el tema de la identidad y la producción, ¿entonces cómo comienza a prepararse TeleAntioquia para la aparición de la tv pública? Especializando a las contratistas y generando la posibilidad de hacer un noticiero público que en ese momento no era un noticiero propio sino un noticiero de coproducción. Era una coproducción donde todo el contenido estaba dirigido por un privado, pero la comercialización era un tema conjunto.

Ya TeleAntioquia no alquilaba el horario sino que empezaba a generar un mayor ingreso vía comercialización, porque empieza a conocer que el negocio del noticiero es un negocio rentable , que no lo es hoy, hoy un noticiero no es rentable para ningún canal, ni siquiera para las empresas que hacen noticiero da sostenibilidad, pero entonces TeleAntioquia empieza a descubrir la potencialidad comercial del AAA cuando nosotros veníamos comercializando en horarios muy residuales , entonces Teleantioquia se apresta al tema de especializar a las contratistas , de coger el noticiero y de generar una fuerza de ventas grandes y un concepto de mercadear... Incluso yo al hablar de mercadear yo creo que no es que TeleAntioquia se diferencie en ese sentido, no es que a TeleAntioquia no la golpeó la aparición de la tv privada sino que fue capaz de resistir.

Ya después vino una crisis fue por un mal manejo financiero ya sobre el 98-99 pero eso fue por una crisis del país.

**D.G.** Sí, fue una crisis general

**A.P.G.** Pero TeleAntioquia fue capaz desde el 94...desde el 95 de ya tener su propio noticiero y de especializar las contratistas

**D.G.** ¿Y las contratistas se acoplaron fácil a ese modelo?

**A.P.G.** Hubo una pelea muy fuerte, pero pasados los años nos entendieron que fue lo mejor porque se les especializó, o sea, de vos tener 6,7,8 horas pasas a tener 2 o 3 horas manejadas, incluso hubo gente que quedó con 1 hora, entonces eso fue un revuelo muy tenaz pues el choque, porque fue una decisión muy de choque pero TeleAntioquia comenzó a hacer adjudicaciones directas porque en ese momento la ley 182 del 95 ya decía “no hay licitación sino solo para noticieros”, en cambio antes se hacía licitación para todo

**D.G.** ¿Pero además de la especialización usted cree que los anunciantes siguieron creyendo en el canal? porque lo que pasó en los otros fue que simplemente vieron la posibilidad de hacerlo nacional y se fueron

**A.P.G.** Sí, lo que pasa es que como se empieza a montar en el tema del mercadeo y la comercialización, se empieza a dirigir no el gran cliente de gran empresa

**D.G.** Sino a los otros que...

**A.P.G.** Sino a los pequeñitos, entonces empezaba a “maletarse”, como se dice, entonces se montó un concepto de un proyecto comercial que se llamaban “Los clasificados”, entonces los clasificados son una cosa muy fea pero supremamente exitosa, entonces empiezan a mirar, se empieza a generar una propuesta comercial como la de los clasificados que comienza a conseguir el cliente regional y pequeño, que están en los Sananandresitos, los que están en las tiendas...

**D.G.** Yo me acuerdo de los clasificados...

**A.P.G.** ¡Era horrible!

**D.G.** Era como leer los clasificados de un periódico.

**A.P.G.** Sí, pero exitosísimo

**D.G.** Claro...

**A.P.G.** Entonces mirá que TA(TeleAntioquia) a partir de ese momento entendía que el gran cliente no era Colgate-Palmolive, ni la Nacional de Chocolates que compraban por tu rating, ni Argos, ni esas grandes empresas del Sindicato Antioqueño en ese momento, sino que empieza a direccionarse al cliente pequeño y al sector Público, no, al sector público, porque ya empieza todo el trabajo de apoyo y hay unos antioqueños que se cierran mucho ¿cierto? empiezan a cerrar filas alrededor del canal, entonces el sector público, por instrucción del Gobernador de ese momento, que era Álvaro Uribe empiezan a pautar en TA, y se empieza a hacer escuela para que todos los otros clientes que sean del Estado pauten ahí pero adicionalmente ahí fue donde yo entré como directora de tv educativa y empezamos a trabajar todo el concepto de hacer programación educativa para lo público, donde lo público opacaba producción y tarifa de emisión y eso permitió solvencia económica al canal en ese año del 95, entonces empieza a hacerse escuela en TA y en TA el socio mayoritario que era la

gobernación y el municipio pagaba por la producción y emisión de los programas , eso no era tierra de nadie, eso era tierra de TA que significa que para la sostenibilidad se tenía que pagar todos los servicios de producción, entonces uno entraba a hacer “ochas y panochas” con el canal como sí ha ocurrido con otros en que la gobernación ha venido a decir que “hay que hacer sin plata” , en cambio en TA nunca.

Los últimos meses entiendo yo que es que la situación en TA de ahorita yo acabo de leer una noticia que TA tiene dos mil y pico millones de pérdidas después que en los últimos cuatro años hubo 16 mil millones de pesos...

**D.G.** Las noticias que el diputado se la tiene velada al canal, ¿no?

**A.P.G.** Sí se la tiene velada pero hay unas chorreantes porque TA mire: yo antes le tengo que hablar desde lo personal, yo fui antes un muro de contención de muchas cosas con una claridad muy grande sobre el servicio del tema de lo público, también entendiendo muy claramente que el Estado Departamental tenía que tener programas pero separando los contenidos propios de TA con los contenidos del Gobernante, entonces tenía que haber una firma, entonces TA en el imaginario de la gente no fue un canal politizado, ni con una parrilla al servicio de un gobernante, entonces por este lado están los programas de la gobernación, firmados por la gobernación , promocionados por la gobernación; y por este otro lado están los programas de TA con una línea editorial dirigida, donde de alguna u otra manera siempre se manejaba el tema de la independencia.

Entra la nueva administración de este último cuatrienio y se tomó la programación, entonces se vuelve TeleFajardo.

Las solvencias están castigando el canal, porque el rating se bajó, y al bajarse el rating baja la inversión.

El concepto de canal, que era un concepto donde hay una mezcla de lo público, con la expresión de la ciudadanía y una muestra de una expresión del gobierno, pasa a ser casi que un canal gubernamental, entonces ahí TA de verdad que se le desploma todo el rating y no han podido recuperar...

**D.G.** El tema de lo político entonces entra constantemente con quien hablo de Telepacífico, TeleCaribe, y con gente de Inravisión que trabajó en la época de los canales públicos dice que la politización hay que manejarla muy delicadamente porque mal que bien , y me decía gente de TelePacífico, “¿pues cómo el Gobernador no va a entrar al canal si es dueño del canal?” y lo mismo dicen los de TeleCaribe, los gobernadores de Bolívar dicen “¿y cómo no voy a entrar yo al canal si yo soy socio del canal?” que es una confusión con lo público, vuelve y entra la confusión con lo público...

**A.P.G.** Pero eso uno tiene que ser un muro de contención , yo me acuerdo y se lo digo pues como anécdota, uno de los gerentes me dijo “Anita hay que hacer programas de la Asamblea” y yo le decía “mire, si usted se pone a hacer programas de la Asamblea, se le toma la Asamblea el canal” la Asamblea tiene sentido si hay una discusión de región donde nosotros tenemos que ser quien comunique, pero no porque se vuelve el canal de la Asamblea. Lo mismo que con el Gobernador, yo tenía el valor de decirle a todos los secretarios “mire, su programa va pero lo ideal es que usted no salga” le explico porque y me tomaba la tarea de ponerla colorada, sabía cómo decirlo.

**D.G.** No salían contentos

**A.P.G.** Pero no, pero cómo yo sabía cómo venderlo porque “lo ideal es que se cuente lo que usted hace, no que usted lo está haciendo” porque el tema es que el gobernante y el funcionario público tiene que contarle a la ciudadanía qué es lo que está haciendo

**D.G.** Rendición de cuentas...

**A.P.G.** Pero no comprar el canal y le digo cosas como estas: en ese tiempo yo le puedo contar la anécdota, de decirle por qué TA sobrevivió, porque TA tuvo una unidad de canal en el sentido de que había un grupo administrativo que conocía el canal, y nosotros estábamos a prueba de gerentes, había una cultura organizacional que seducía a los oyentes, en este momentico TA se politizó y ahí está el resultado.

**D.G.** Pero ahí usted como conocedora de tv pública usted no cree que TA puede salir bien librado por el equipo humano que tenía hay adentro

**A.P.G.** Pero es que ya se fue, los echaron

**D.G.** Por eso, pero usted no cree que debía haber otro tipo de blindaje para que la gente no se vaya y el canal siga teniendo la misma per se...

**A.P.G.** No, es que la gente no se fue, los echaron

**D.G.** Bueno, pero a nivel de ley, de política, de organización tendría que haber un blindaje para que eso no pasara, cierto tipo de gente

**A.P.G.** Sí, la selección, o sea yo digo que tendría que haber la elección de gente por meritocracia, lo que ocurre en TeleCaribe, pero eso tampoco asegura nada... ¿por qué? por los gobernantes. O sea yo creo que también está con la cultura política de este país, de un país que quiere todo el tiempo utilizar un medio del Estado para el beneficio propio, o sea una cultura que de alguna manera rodeó el canal, se rompe esa cultura y el político comienza a hacer ahí...

TeleCaribe (TC) es la historia de los cambios permanentes donde la historia y el qué hacer de un canal se perdió, lo mismo que TelePacífico (TP) , TP en sus 25 años que lleva en la tv regional fue eficiente hasta que llegó el Polo Democrático...

**D.G.** Angelino Garzón

**A.P.G....**Que acabó con TP

**D.G.** Yo le decía lo de las leyes porque hay una parte donde yo analizo cómo se forman los socios del canal y las juntas administrativas

**A.P.G.** Claro, las juntas administradoras

**D.G.** Entonces por ejemplo aquí este es claro, pues la Gobernación...

**A.P.G.** Esta aquí, este caso es de noventa y pico de personas

**D.G.** Y por ejemplo lo que usted dice, no tiene claro los periodos, pero por ejemplo TA por ejemplo tiene claro el perfil del gerente

**A.P.G.** Pero no se cumple...

**D.G.** Pero por lo menos estipulado está

**A.P.G.** ¿Dónde está claro?

**D.G.** “El gerente debe tener título profesional relacionado con las funciones del cargo, por lo menos” Pero digo por lo menos porque.

**A.P.G.** ¿Y eso dónde lo vio? ¿En los estatutos?

**D.G.** En los Estatutos

**A.P.G.** Y esos estatutos los dejamos nosotros y la gerente que ahí no tiene eso

**D.G.** Sí, no, cambiaron de puesto y mandaron la de allá para...

**A.P.G.** Hicieron un enroque

**D.G.** Exactamente

**A.P.G.** TC por ejemplo por lo menos dice “El gerente debe ser designado por concurso de méritos” todos estos son estatutos

**D.G.** Pero esto para mí es el mejor ejercicio

**A.P.G.** Exactamente

**D.G.** Pero tampoco asegura nada

**A.P.G.** Tampoco asegura nada

**D.G.** pero es el mejor ejercicio ¿por qué? porque hay un debate público

**A.P.G.** pero por ejemplo mire la discusión que se debe dar en TC

**D.G.** Sí, es que TC para mí es el más difícil

**A.P.G.** 6... 7 Gobernadores más una alcaldía de Barranquilla más dos universidades (o sea es mucho)... En cambio TP que como usted dicen, llega Angelino Garzón, él a los 9 meses modifica los Estatutos, y antes aquí está la gobernación y esto depende de la gobernación, o sea... Y antes el puesto no era de la Gobernación sino de la Secretaría de Hacienda, y Angelino es el que dice “Además de un miembro nombrado libre por el Gobernador, debe entrar el Gobernador”

**D.G.** Pero no solo eso sino la manera como él se infiltra en la parrilla de programación

**A.P.G.** Exactamente

**D.G.** TA sí empieza un proceso de ser importante para los gobernantes cuando empieza Guillermo Gaviria con una mirada yo pienso que muy descontaminada con el sentido de lo público porque él se asesoró de toda esta gente que hicieron el proyecto de lo público con la Fundación Social que hicieron tuvo un trabajo de comunicación pública y

Guillermo Gaviria empieza a ver en TA un potencial grandísimo para hacer un trabajo de comunicación pública, ya después viene Aníbal Gaviria que empieza como a meter programas pero siempre la gerente de ese momento que era incluso su jefe, ella tenía la entereza y la capacidad para decir “esto se hace de esta manera”, porque ella venía de trabajar en TV española.

**A.P.G.** Sí, TA aparte de los otros canales que estoy trabajando tiene un proceso inverso en las gerencias: los primeros eran empresarios o comerciantes de Antioquia o gente de otro sector pero que era muy buen gerente. Paulatinamente empieza a llegar gente más conocedora de la TV, por ejemplo el caso que usted cuenta de Ana Cristina Navarro. Estuvo casi 8 años

**D.G.** Pero que es gente conocedora, en cambio en TP es al contrario, tiene a Fernando Calero, exgerente de Inravisión... Y después hace el proceso inverso, empieza a llegar gente de la cuerda de los Gobernadores, de gente de la Asamblea, ¿cómo ve usted el papel de los gerentes en la historia de TA y de los canales regionales en general?

**A.P.G.** Lo que pasa es que TA, la característica de TA fue la continuidad de un grupo directivo, y TA generó una cultura de manejarse como una empresa privada en términos de lo administrativo, que tuvimos una escuela muy grande con Carlos Gabriel Álvarez, que aunque él venía... él era abogado por el gobernador, y le dio a TA la solidez administrativa que le permitió generar una cultura Fernando Urrea, que es el que, el del 95, la época del empresario, le dio a TA el manejo de la estrategia, entonces TA era una empresa sólida y te lo digo de esta manera, al interior decíamos que era una empresa a prueba de gerentes: viniera el que viniera TA continuaba con un proyecto estratégico y de región

**D.G.** O sea se proyectaba más allá de la persona que estuviera

**A.P.G.** ¿Por qué? Porque había una cultura... Llegaron personas malucas, en muchas administraciones llegaron personas políticas pero había tal rigor en la parte administrativa y en la capacidad de respuesta que las personas que llegaron que venían de la política se tenían que adaptar a esa cultura o se iban porque los resultados no daban

Es complejo pero es así, o sea llegaron gerentes muy políticos en unos periodos pero esos gerentes políticos se tuvieron que adaptar a la manera de aterrizarse TA, a la capacidad de respuesta, fíjate que TA empieza a hacer planeación estratégica como ningún canal empieza a hacer; el proceso de calidad en la época de Cristina Navarro, empezamos a trabajar normas de calidad y a certificar productos cuando todavía no estaba obligatorio el tema de control interno para todas las entidades del Estado. Entonces TA era una empresa que se proyectaba por un sitio en lo público, y te lo digo así, a mí personalmente me tocó dar muchas batallas al interior de la organización para que se defendiera lo público ¿por qué? entonces la confrontación entre comercial y público era fuertísima porque yo era a defender lo público, a defender el sentido del servicio y comercial a imponer contenidos que no tenían que ver con lo público.

Entonces se lograron hacer acuerdos con grandísimas discusiones donde cuando se mete en el concepto de publireportajes yo me paré y dije “los publireportajes solo se hacen en horarios residuales y en la mañana de los sábados, no más. No se corta toda la programación con los infomerciales” y de alguna manera tuvo que salir comerciales pero se metía más contenido que fueron nuestros programas modelos con informercial, pero informercial con contenido educativo, y para que las mujeres no pierdan la tarde con Caracol, que eso es válido por el tema de proximidad, de educación y había ventas, por ejemplo las televentas.

Entonces, al interior habían discusiones para defender lo público con un modelo comercial que estaba exigiendo un plan de desarrollo que estábamos sincronizando en un cuatrienio y el concepto de contribución social no salía de... Cuando uno hace la carga de valor, emplea cuál era el objetivo de ese canal, el objetivo para la mayoría del grupo de gerencia le parecía que era hacer tv regional, pero yo pensé “Ay no pues será CosmoVisión”, nuestra diferenciación está en que nosotros debemos hacer contribución social. Entonces esa era una discusión y yo era una leona para defender ese tema, los modelos de trabajo y sobretodo el concepto de lo público, porque hubo muchos momentos en que desde las gerencias y gente de afuera habían cosas que yo no podía defender, eso finalmente era una suerte, pero yo era muy clara en esa defensa de lo público, y creo que TA ahora sí tiene también una defensa de lo público, el tema fue que se trascendió de tratar de hacer una tv pública no aburrida, y ahora en este momento está siendo una tv pública aburrida y politizada

**D.G.** ¿y cómo ve usted el futuro de los canales públicos? porque el concepto de lo público no lo han tenido nunca claro y hoy está más deteriorado o difuminado, no solo por el canal sino por lo que usted decía, el concepto de lo público en Colombia en general.



**A.P.G.** Mira, yo me acuerdo que yo planteaba una cosa en cualquier foro: cuando el modelo de la financiación de la tv pública tenga una solvencia para decidir...porque ahorita de alguna manera hay un modelo de financiación vía la Autoridad Nacional de Tv y vía proyectos que entran del Fondo de Desarrollo de la TV y entran porque el modelo está diciendo que las actividades de la tv privada y pública tiene ese sostenimiento, entonces eso hace que la tv no sea lo suficientemente atractiva ni con contenidos tan fuertes para poder competir con un concepto de lo público, con un Caracol, RCN, pero tampoco hay una cultura en el país de consumo de lo público, porque este es un país que no está dado a lo público: lo público se despilfarra y se maltrata.

¿por qué las tv de países como la península escandinava son tv públicas las que más se ven? porque es un país que aprecia, valora y como política de Estado está la defensa de lo público entonces hay material de calidad y el ciudadano exige calidad porque él exige calidad en la medida en que él paga los impuestos, que no se le van a robar, entonces aquí es como un círculo vicioso: funcionarios que no tienen claro lo público, un país que no tiene claro lo público ¿entonces quién nos financia la tv pública en la totalidad? porque es que la inversión en la tv pública tiene que llegar a punto perdido ¿por qué? aquí no se tiene que pensar en la recuperación sino que tiene que pensarse en que se está haciendo educación en cultura y formación ciudadana, lo que no hacen conciencia desde la política, desde los políticos y no hay una política de Estado que apruebe financiación, y nunca la ha habido

**D.G.** Nunca... Una percepción que tengo y sobre todo es una hipótesis personal es que los canales regionales nunca trabajaron tan conjuntamente como deberían aprovechar para impulsar su fuerza

**A.P.G.** Hubo muchos intentos de distinta manera: hubo una asociación que se llamaba... no me acuerdo; Eso fue en la época de Cristina Navarro hubo una asociación que empezó “vamos a liderar procesos” le voy a decir una cosa muy maluca, pero TA siempre fue el eje para los canales regionales en muchas consultas, cuando el Estado popular en la ley de tv que salió en el 95 TA fue el líder y había mucha tranquilidad en muchas otras tv regionales que dejaban que TA liderara eso; muchas de las cosas que nos cotizaron a nosotros como tv regional fue el liderazgo de TA.

Cuando entra esa asociación esa asociación se disuelve ¿por qué? porque había que poner plata para la sostenibilidad de un director ejecutivo y de un contador y un revisor y cuando se trataba de hacer una posibilidad de hacer intercambio de parrilla y de programación para decirte la verdad metíamos TA y TP y las demás silenciosas... en la época en que yo estuve hablamos del 2002.

Como esos otros canales eran más politizados, TP y TA eran unidos, y TP también tenía a Luz Adriana Latorre que ella en este momentico es la que gerencia lo de la feria de Cali. Luz Adriana Latorre te puede contar todo con Fernando Carrero, con Mariana Garcés, Mariana también muy buena porque también tenía muy claro el tema de lo público entonces tenía mucha afinidad con TA en la defensa de lo público entonces TA y TP éramos líderes, y los otros canales eran canales nacientes que estaban tratando de sobrevivir sin unas claridades conceptuales tratando de replicar un modelo que es un modelo que no ... Mientras nosotros ya habíamos salido de la licitación, TC seguía haciendo licitación y si no estoy mal, hoy sigue haciendo licitación cuando lo más fácil es contratación directa sin corrupción ¿para qué? para montar una parrilla eficiente, una buena parrilla que consulte franjas...

**D.G.** Además la licitación no garantiza nada.

**A.P.G.** No garantiza independencia, yo pienso que todo lo contrario

**D.G.** Claro, en TC, el noticiero es de los Char, que son los que son Alcaldes, los dueños del equipo de fútbol, son dueños del...

**A.P.G.** De la costa

**D.G.** Exactamente

**A.P.G.** Otra persona que también puedes contactar que fue el director que es Argemiro Cortés que está ahorita con el Ministerio de Cultura y fue una de las personas que comenzaron como conductores del proceso. Otra persona que puedes entrevistar es a Beatriz Barros, fue la primera directora de programación, yo digo que la programación de TP fue 500 mil veces superior a la propuesta de programación de TA a partir de ahí, porque como tenían muy claro y se especializaron mucho en la producción de todo el tema de *Rostros y Rastros*, todo el tema de la U. del Valle que fue fuerte en el tema de formulación de proyectos

Para mí la parrilla de programación naciente de los talentos, TC como segundo ejemplo, que también muy claro el concepto y la identidad caribe que trabajaba *Trópicos* y un concepto de producción de identidad caribe

**D.G.** Yo no voy a trabajar mucho programación, pero cuando ud habla de la identidad, si uno se pone a ver los programas que más se sostienen son precisamente los que apuntan a eso: *Rostros y Rastros*, *Trópicos*, *Relatos de viajes*...

**A.P.G.** Pero relatos de viajes se desmontó

**D.G.** Pero duró...

**A.P.G.** No, se desmontó, porque me tocó a mí hacer el desmonte, para hacer un proyecto periodístico de investigación que se llamaba *Infrarrojo*, que es el mismo modelo de los Informantes. Cuando *Infrarrojo* se hizo, más o menos en el 2005, 2008, 2009, montamos un proyecto porque TA ha sido fuerte en las ventas de eso, y se hace el proyecto que yo pensaba que iba a perder, porque era un periodismo investigativo, y llegó la nueva administración y la tumbó, porque por lo menos podría haberle dado continuidad a un modelo que ya está siendo muy exitoso en Caracol y RCN, incluso uno de los periodistas que estaba en *Infrarrojo* era uno de los que está en *Los Informantes* y después de haberlo sacado unos 3 años volvieron a pedirlo *Infrarrojo*, porque ya Caracol y RCN tomaron ventaja, en cambio TC y TP en ese modelo de producción documental que nunca TA tuvo; esporádicamente TA producía documentales y eso que con mucha pelea que me tocaba pelear a mí a que sacáramos poco a poco...

**D.G.** Y esa especialización de la que hablaba de las programadoras ¿hizo que los programas fueran más longevos? porque uno mira programación de TC y TP y son programas de 6 meses, 4...

**A.P.G.** TA sí, por eso mismo, porque cuando un programa es bueno toca alimentarlo y el director de programación empieza a alimentarlo y a generar ya...

**D.G.** ¿Cómo se llamaba el infantil de los sábados?

**A.P.G.** Caja de sorpresas

**D.G.** Sí, pero también duró muchos años, hasta que los niños crecieron...

**A.P.G.** Sí, pero fíjate que llegó la nueva administración y borrón y cuenta nueva cuando muchas veces esa persistencia es la que ayuda

Por ejemplo la tierra de los animales y el hombre, que la especialización en el campo atendía al tema del campesino y al tema del empresario que tenía sus tierras, yo en este momento no sé qué programa tiene continuidad, TA fue el primer canal que empezó...

**D.G.** Serenata

**A.P.G.** Es que uno tiene que persistir con las marcas, uno lo que tiene es que evolucionar el contenido y persistir con las marcas, mire *Musinet* fue un programa que dio visibilidad a todos los pelados que

hacían música en bandas de rap, hip hop rock, ska, todos esos géneros, fue un estímulo, se levantó un programa de jóvenes institucionalizado con la Gobernación

**D.G.** Vendiendo un programa en la gobernación

**A.P.G.** Y *Generación 9*, yo conozco la generación z, y, pero la generación 9 eran las 9 y sus regiones, no tiene que ver nada, ni lo uno con lo otro, ¿por qué? porque a los jóvenes no les interesa el tema de política, les interesa la música, las problemáticas, pero la música es la que congrega a los jóvenes, y se desbarató un programa que tenía toda una historia desde un concepto de inclusión... ¿sabe de dónde nació? yo estaba haciendo una maestría mía en España, creo que ese día íbamos a ver teoría de programación y solamente con la caja de compensación de Antioquia que tuvo una época un programa de rock que lo hizo un rockero que trabaja ahorita allí de base, él era el director del programa hasta que... Resulta que a la dirección de ese momento le pareció que los rockeros eran unos satánicos, dije “¿satanicos? no, todo lo contrario, vamos a contar de los jóvenes que producen rock, que cantan rock, que están interpretando el rock son pelados que tienen la apuesta cultural a esta ciudad en este momento” y se hizo el programa y todos los grupos de... De juanes que tenía su grupito, ahí salía en ese programa ¿por qué? porque era el espacio para mostrar todo el concepto, que usted no puede satanizar los pelados que están haciendo rock porque son pirobos, ni que se ponen los tatuajes y los piercings, era todo un concepto de inclusión

**D.G.** ¿y cómo cree usted que ha sido la función social y cultural de TA en la región?

**A.P.G.** Yo creo que a TA le faltaban cosas, como tener más un proyecto cultural de más vanguardia en muchas cosas, en la producción de contenidos, habían muchas cosas muy utilizadas, toda esa potencialidad que hicimos por ejemplo con TeleMedellín, TeleMedellín en términos narrativas audiovisuales, que son muchas propuestas y me parece que están haciendo cosas muy interesantes en narrativas y proyectos arriesgados como 24/7. Cosas muy interesantes, pusieron una cámara en la calle, una idea muy arriesgada muy loca, en muchos parques de las distintas comunas de Medellín, y eso lo pueden mostrar en la tv, y entonces se alcanzaba a ver la cotidianidad de un parque, incluso ese modelo que se llama 24/7, algo así como innovación y TeleMedellín sigue ganando, porque en la época de nosotros había un trabajo de muchos jóvenes que se centraron mucho en la telesala ¿por qué? porque permitía mucho el tema de la interacción y que era menos costoso, TeleMedellín no se metió mucho en eso y generaba cosas menos planas y se hacía interactivo; la gente quería mucho TA, porque el antioqueño es así, quiere a los que hablan paisa así, los Antioqueños son felices... y los Antioqueños que estaban fuera del país son felices con TA y ven cómo se está desarrollando la región...

**D.G.** Y va más allá del Departamento, por ejemplo de Córdoba y esa sur de la costa ven mucho más TA que TC

**A.P.G.** Y el Norte del Valle

**D.G.** El Norte del Valle, el Eje Cafetero, Chocó ven mucho más TA que TP con toda certeza.

**A.P.G.** Había un trabajo y creo que a TA le faltaba subvertir muchas cosas, muy plástico

**D.G.** Hay un tema muy delicado cuando se quiere mostrar la identidad se termina anquilosando esa idea de la esencia de la identidad y se pierde cierto enfoque crítico con la identidad y la realidad, por ejemplo TC en la época del paramilitarismo, de las grandes masacres en la región nunca miró eso, uno no ve una noticia en TC de las masacres de la Guajira y ese tipo de cosas

**A.P.G.** A nosotras no nos pasó eso en la época de Cristina Navarro, nosotros montamos una gran franja de opinión, donde incluso el Gobernador de ese momento entraba cuando tenían que hacerse las cosas, cuando el Gobernador de ese momento estaba la privatización, una serie de problemas fuertísimos, con una aceptación que hace él de ponerse al escáner de 5 o 6 periodistas que se pusieron

a bombardearlo con preguntas.

TA en ese sentido yo creo que sí fue crítico en muchas cosas, de hecho Infrarrojo nace en la época de Luis Alfredo Ramos y tocamos cosas fuertes de la gobernación y las masacres. De los mejores programas de Infrarrojo fue toda la denuncia que se hizo en la comuna 13, no, eso TA sí logró hacerlo, por ejemplo hubo programas educativos en que yo diría que con todo el tema de la inclusión porque TA era... Nosotros nos basábamos mucho en unas investigaciones que estaba haciendo Napoleón Franco donde se preguntó muchas cosas cualitativas de lo que era el Antioqueño y nos dimos cuenta que el Antioqueño era completamente homofóbico y lanzamos un programa que se llamaba *Más que Piel* que duró como 15 años sobre el tema de sexualidad y se puso en última todo el tema de la orientación y de la diversidad sexual. Y te cuento que al principio el programa se pasaba a las 3, luego a las 4 de la tarde y no hubo una sola queja, porque fuimos capaces de manejar, pero nosotros tratamos de hacer rupturas en muchas cosas de ese antioqueño discriminador, racista y prepotente, donde nosotros notábamos todas las cosas complicadas de Antioquia y esa franja nos abrió las puertas en muchos sentidos

**D.G.** Sí, TA en muchos sentidos sí... así en lo narrativo y esto experimentaba mucho con los documentales de TP, pero sí siempre tiró mucho más línea de independencia en otros porque por ejemplo uno mira TP y TC...

**A.P.G.** Yo era el cerebro de muchas cosas, por ejemplo cuando montamos “Etcétera” yo dije “yo quisiera que en TA en el horario AAA tuviéramos un programa como la Luciérnaga, donde el humor tenía que movilizar la crítica” y tuvimos un personaje que era un utilero y era el que hacía las preguntas incómodas, porque la periodista la preferíamos dentro de la estructura narrativa del programa, y era un programa donde habían entrevistados e imitaciones de voces, quienes eran los que hacían la crítica

**D.G.** ¿Y tampoco está ya?

**A.P.G.** ¿No le digo que acabaron...?

## **Entrevista a Luz Adriana Latorre (L.A.T.)**

**Realizada en Cali. 10 de diciembre de 2015**

**Lugar: Corfecali**

**L.A.T.** Yo llegué al canal cuando el canal todavía no había salido al aire

Yo era estudiante de comunicación social de la Universidad del Valle y ya se oía hablar de la próxima inauguración del canal regional.

En ese momento mi grupo de trabajo del proyecto de tesis de grado había presentado una iniciativa para hacer la tesis en torno al nacimiento del canal regional, que en ese momento todavía era un tema muy novedoso porque apenas habían dos canales regionales en ese momento, y en el Valle de pronto no conocía el tema de cómo era la TV regional, solamente lo que se escuchaba desde acá, y precisamente por no haber TV regional, lo que se escuchaba era desde Bogotá, entonces era información muy fragmentada

En la universidad no me aceptaron el proyecto, pero obviamente uno sabía que el canal se estaba moviendo y ya los medios empezaron a registrar que las móviles de Inravisión (IV) llegaban a Cali y que la gente se estaba preparando, y yo llegué como llega uno a tocar la puerta de una casa, a decirle “el canal ya va a salir, yo quiero trabajar aquí” y era una estructura muy pequeña, una administración que todavía permitía que esas cosas se dieran, y la verdad es que conté con la maravillosa suerte de encontrar personas receptivas a que llegara gente joven sin experiencia a esos tipos de trabajo, y más aún a llegar a un equipo de trabajo que en ese momento yo ni me soñaba que fuera tan importante Yo llegué a apoyar la producción que estaba haciendo en ese momento Carlos Mayorga para los clips del día inaugural del canal, estaba haciendo como un llamado, con gente de reconocida trayectoria como Oscar en la cámara, y había gente súper reconocida que como estudiante de Comunicación social yo tenía clarísimos los referentes, entonces con muchas más ganas me vinculé con el grupo en el rol de asistente de producción

Y asistente de producción de TV solamente es teoría... Cuando uno está en la universidad solamente es teoría porque realmente no se ha hecho producción, se ha hecho video... Se ha hecho video y adicionalmente porque con la TV no existía cercanía, no es como hoy que uno ve una cámara en cualquier lugar de la ciudad, y es tan normal encontrarse con un canal local, uno regional, uno nacional o uno internacional en cualquier lugar; Solamente uno reconocía a los corresponsales, de la TV nacional eran grandes estrellas porque eran los que reportaban desde la provincia, desde aquí desde Cali o desde cualquier lugar reportaban para los canales nacionales

Así fue mi ingreso a TelePacífico (TP), paramos meses de asistencia a la producción del día inaugural; como eran tantas cosas, tanto agite al mismo tiempo, todos estábamos aprendiendo, entonces yo llegué a aprender con todos ellos. Me encontré, por supuesto, maestros que había tenido en la universidad como Margarita Londoño, que estando en la academia llegaron a apoyar al equipo que encabezan la doctora Amparo Sinisterra de Carvajal, la doctora Mariana Garcés y la doctora Beatriz Barros que eran como las 3 mosqueteras que estaban en ese momento al frente del proyecto, y de esa manera me terminé involucrando no solamente en lo específico que me entregaron, sino también había que apoyar para hacer los libretos comerciales del día inaugural y yo me metía allí a aprender y a apoyar, porque realmente en la universidad todavía no te lo habían enseñado...

Estaba todo por hacer, cuando uno tiene ganas de joven, querer aprender y además quiere hacer pues los caminos se van abriendo y me encontré con gente maravillosa que me dio la posibilidad de aprender haciendo, y creo que ese fue el inicio mí en TP: Aprender haciendo.

Y luego ya contar con una organización administrativa que fue como un momento en que debíamos entender que esos primeros meses eran una emisión diferente de la que luego iba a tener el canal, porque aquí no se producía, simplemente se emitía para poner a prueba la señal y digamos toda la infraestructura técnica que se había atendido para que el canal existiera, en ese momento llegaba el canal del centro del Valle al sur del Valle y a parte del norte del Cauca, es decir que no llegaba al departamento completo, pero así empezamos, y luego vino la época en que la directora de programación y producción, que era Beatriz Barros, empezó a buscar los contenidos para emitir la

parrilla, se empezó a organizar la primera licitación que iba a dar oportunidad a que las empresas productoras presentaran sus ofertas para el canal regional, entonces ahí empiezo a involucrarme con los temas ya de carácter netamente administrativos de lo que es la operación de un canal regional y entender un poco más el tema, y me quedo, puede ser por buena, supongo yo, y por entregada, me quedo trabajando y estudiando al mismo tiempo, y termino mi carrera haciendo parte del equipo de TP y me quedo 18 años, en la primera tanda me quedo 18 años, hasta el año 2006, y en el 2006 me voy del canal y regreso en el 2008, estuve dos años por fuera y me vuelvo a ir en el 2011, y me vengo a gerenciar Corfecali(CC), o a trabajar a CC, porque no llegué a gerenciar directamente Pero en todo ese tiempo uno lo que puede ir viendo es cómo crece una empresa, no solamente desde su concepto, desde lo que se planea sino como se monta la producción, una producción netamente externa inicialmente, para 8 productoras que no sé si recuerdo los nombres : AsTV, CañaveralTV, CorVisión, Imágenes TV, Procivica TV, euro TV y teleasociados , por ahí se me olvidó uno... Y ellos fueron los grandes apostadores de esa nueva TV regional y abrieron el camino para emprender, que era la TV regional... Hubo gente muy importante en lo conceptual, porque creo que cada uno aportó algo muy importante, la doctora Mariana Garcés desde la conformación jurídica, la doctora Amparo desde la conformación Administrativa de darle vida a ese proyecto, Beatriz Barros desde entender la programación y la producción como unas hermanas en ese momento , que debían caminar juntas para digamos darle sentido a la pantalla, pero después empezar a entender el concepto de la TV pública, o sea ¿por qué estábamos en un canal regional y cuál era digamos el sentido de lo público? ¿Cómo los contenidos finalmente tienen un sentido de lo regional? ¿qué era ese sentido de lo regional? porque yo creo que ahora los conceptos de ciudad- región se tienen mucho más claros, y los conceptos de región como tal se tienen mucho más claros, pero yo creo que en ese momento las regiones eran geográficas, y durante mucho tiempo fueron geográficas, más que regiones culturales o regiones sociales fueron durante mucho tiempo regiones geográficas, y creo que ese concepto de regiones geográficas se empezó por ejemplo a atender las redes de transmisión, pero esas regiones geográficas se transforman en regiones culturales y regiones sociales, socioculturales e incluso políticas cuando se empiezan a crear los contenidos, y aquí por ejemplo personas como Fernando Calero fueron claves no solamente desde afuera como un asesor externo sino cuando estuvo en la gerencia de TP, porque él empezó a darle sentido en forma a eso de la televisión regional .

También, por ejemplo, ayuda importante en esta primera parte, con la gestión de Mariana Garcés, que convirtió la TV regional en una escuela pero en una escuela organizada. Es que todos realmente estábamos aprendiendo: estaban aprendiendo las empresas productoras, los empleados de TP, estaba aprendiendo todo el mundo qué era hacer TV regional, y ella entendió que allí arrancaba por un modelo de capacitación que emprendió de manera muy clara y muy fuerte y que sentó las bases para muchísimas generaciones que han pasado por TP, yo me incluyo, pero después de mi han pasado muchísimas, yo soy de la primera familia... Y yo creo que en esos primeros años se formó como esa estructura básica del deber ser de la TV regional, de allí a acá pues ha pasado bastante, algunas cosas muy buenas, otras no tan buenas, y digamos que después ya mi desarrollo profesional y laboral al interior del canal. O sea, yo primero con las expectativas, y empecé a formar un enfoque hacia la producción de TV , pero estando en la producción de TV pues yo pienso que aprendí muchas otras cosas, aprendí del tema comercial, entender la comercialización de la TV en un modelo como es el modelo de los canales regionales, que es un modelo muy diferente de los canales nacionales Aprender de la programación, o sea de la construcción de la parrilla en relación a las audiencias, a los horarios, a las expectativas de todos los interesados en un momento dado en un canal de TV, incluidos los anunciantes, incluida la Autoridad Nacional, antes comisión nacional, de la parte técnica, y cómo la técnica permitió la evolución importantísima que han tenido los canales, creo que más allá de una herramienta fue un jalonador de la evolución misma de los canales , de trascender sus fronteras geográficas sin perder su esencia regional... Y bueno, allí me quedé 20 años, creo que solo me faltó por ocupar dos cargos: el financiero y el jurídico, todos los demás todos los ocupé de alguna manera, aunque fuera de manera temporal o en encargatura... Y ahora estoy dedicada a otra cosa.

**D.G.** ¿Y cómo es esa historia que usted me cuenta que es de casi de los pioneros, de gente que le metió el alma al proyecto, pero el proyecto arrancó y funcionó y ahí está... Cómo fue vivir bajo tantas administraciones, lo que usted dice, cada uno puede tener cosas buenas y malas, pero que haya sobrevivido TP a ciertas administraciones también?

**L.A.T.** Yo creo que es precisamente por las bases sólidas del inicio que ha soportado tantos avatares, porque hay que decirlo y hay que decirlo sin pena: no todas las administraciones del canal han sido buenas. Sin embargo, con los más y los menos que nosotros podamos ver ahora en pantalla, el canal sigue siendo el canal regional y sigue teniendo un respeto como canal regional, con muchas oportunidades de mejora, muchísimas, pero también con muchos logros que no se han logrado derrumbar, y es que creo que los primeros años del canal fueron muy acertados, que las bases que se sentaron, y ahí el reconocimiento tiene que ser entero para personas como Amparo de Carvajal, Mariana Garcés, Beatriz Barros, que está trabajando aquí al frente y las puedes contactar ahora, y para unas administraciones posteriores que entendieron esa importancia: la administración de Germán Patiño, que en paz descansa, creador del Festival Petronio Álvarez, que también fue gerente de TP, la administración de Luis Guillermo Restrepo, que fue importantísima desde la evolución tecnológica del canal, o sea que el canal trascendiera todas las mínimas barreras que se habían puesto a nivel tecnológico y se convirtiera en un canal capaz de hacer cosas, y que se metiera en temas de producción. Hubo muy buenas administraciones, en los primeros años del canal, tan buenas, que sentaron bases sólidas desde todos los aspectos: desde lo jurídico, o sea, que hubiese una base jurídica clara para el canal, desde lo técnico, desde la programación, desde la producción, desde lo conceptual, la sombrilla que abarca la TV pública regional, y desde lo económico, que fuera un canal que tuviera unas bases sólidas, para que en momentos de crisis profundas, como lo fue después de la constitución del 91 que dio la apertura de la TV privada, la crisis de los regionales fue para todos los que existían en ese momento, y TP no fue la excepción, muchas de las empresas productoras que abastecían la parrilla se quebraron, y TP tuvo que salir a complementar esa parrilla y hacerle frente a una situación de cartera, de crisis de programación y de producción, y el canal pudo hacerlo, y pudo hacerlo sin lesionarse fuertemente, y creo que todas esas bases estaban sentadas desde esas primeras administraciones que lograron consolidar el proyecto.

Después de eso ha pasado de todo, creo que ha habido de todo tipo de administraciones: unos que saben de TV y otros que no, unos que sí saberlo la entienden y otros que sabiéndolo nunca la entienden.

**D.G.** Ese es un tema... Si el cambio de administración se notaba mucho, por decirlo así, en programaciones, en planificaciones, porque TP a diferencia de los demás regionales nació de gente que sabía de TV o que quería aprender de TV, pero en cierto momento comenzó a llegar gente que no sabía de TV, lo que usted dice, pero la podía sentir y gente que no sabía de TV y nunca supo de TV.

**L.A.T.** Hubo gente que nunca lo aprendió y nunca se interesó por hacerlo. A TP llegó gente que no sabía de TV pero llegó a aprender y a aprender vorazmente, o sea con un deseo y un compromiso por ese proyecto regional, donde sabían la importancia que eso tenía para la construcción de la democracia, de la sociedad, para la educación, para la formación de valores... Que realmente entendía el sentido profundo que tiene la TV más allá de entretener, de informar y de educar, que tiene un sentido más profundo de construcción de sociedad, y creo que esas administraciones lo entendieron, y otras que creo que hoy en día no saben diferenciar entre lo que es un canal regional de TV pública, y lo que puede ser un canal nacional, que prestando un servicio público tiene fines de lucro rarísimos... Y sí, yo sí creo que se ha notado, porque hay cierto tipo de cosas que aún hoy siguen sin solucionarse completamente de administraciones de ese tipo, y eso tiene que ver muchísimo con la forma de la escogencia de los gerentes, y ha habido gobernadores que han entendido el tema perfectamente y se han ocupado de colocar excelentes gerentes al frente de TP, hay otros que no creo que hayan sido malintencionados, pero no entendieron la profundidad que significa tener un medio de comunicación en sus manos, y seguramente algunos lo utilizaron para la promoción de los fines políticos de la promoción del gobernante de turno, que para lo que realmente lo tenían que utilizar. Creo que ahorita vienen antes de cambio, porque siento que hay un entendimiento de lo que pasa con el canal y se está viendo no como una secretaría de tercera, sino como una empresa industrial y comercial del estado que tiene un sentido más profundo en la construcción no solo del departamento sino de región y que puede cambiar lo que en este momento no funciona.

**D.G.** Y en esa idea de región, siempre le pregunto a la gente que tiene que ver con TP, ¿por qué los otros departamentos nunca lograron vincularse, por qué nunca se logró una ...

**L.A.T.** Una vinculación real

**D.G....**Una vinculación real?

**L.A.T.** Porque ha habido vinculaciones pero no lo suficientemente fuertes y sobre todo no han sido constantes.

Mire, yo creo que cuando a un departamento como Antioquia le entregan un canal regional, pues uno podría decir que es un canal departamental con sentido regional, ¿cierto? porque es un departamento, es Antioquia... Ahh, que es que llega a Chocó, que seguramente trasciende algunas fronteras, claro, porque es que la señal aérea no tiene fronteras, pero es mucho más fácil para un canal como TeleAntioquia (TA) lograr eso, o cuando hay una identidad digamos de región tan clara como la hay en la costa pacífica colombiana, se logran cosas como las que ha logrado TeleCaribe (TC), o cuando uno tiene un Eje Cafetero, con 3 departamentos pequeños, que casi podrían ser un gran departamento, al momento de mirar lo geográfico, y que además que su cultura es tan similar, ¿pese a las diferencias que los acercan más que alejarlos, entonces yo diría que hay canales que funcionan muy bien, en el caso de TeleIslas (TI), es que San Andrés, Providencia y Santa Catalina terminan siendo lo mismo

**D.G.** Claro

**L.A.T.** O los Santanderes que también funcionan muy similar, pero la Costa Pacífica colombiana tiene un núcleo poblacional muy fuerte en términos de desarrollo, que es el Valle del Cauca, y una capital casi que del pacífico, que es el Valle del Cauca, no sucede lo mismo por ejemplo en el Atlántico: uno no puede decir que la capital del Atlántico sea Barranquilla, o Cartagena o Riohacha, porque hay una similitud en los desarrollos departamentales, pese a que se guardan las diferencias normales de las regiones, pero en el Pacífico no pasa lo mismo, los departamentos tienen, para el caso de Nariño y Chocó, las prioridades de los gobernantes en un momento dado son otras totalmente diferentes, y no podemos decir que el valle del cauca, que tiene una fuerza pacífica muy fuerte, pero la fuerza Andina en el Valle del Cauca es también muy fuerte, no es igual en Chocó y tampoco en Nariño, además departamento fronterizo, o no es igual en el Cauca con otras problemáticas y otras coyunturas, aunque puede haber mucha más cercanía en las vinculaciones entre Cauca y Valle por ejemplo para efectos de la realidad del canal regional, entonces creo que allí ha faltado un tema de decisión, de cómo integrar las regiones no solo desde lo político sino desde lo estratégico, y es que se sientan parte de ...Cuando la gerencia de un canal regional siempre está ligada al nombramiento de un departamento, los otros departamentos se sienten excluidos per sé, no como sucede en el Eje Cafetero donde se rotan incluso la sede, o se rotan la gerencia, allí tiene que ver mucho con la estrategia como se creó y que nunca se ha intentado cambiar, pero también creo que con los modelos de producción, porque ha habido acercamientos con las universidades, con los centros de producción de las entidades del estado, con empresas productoras, con algunas empresas privadas con necesidades y expectativas hacia la producción, pero no han sido constantes, no han sido permanentes, pero sobre todo no han sido exitosas, porque si hubiéramos tenido una sola experiencia exitosa que realmente mostrara la fuerza que eso puede tener uno dice "ahí está el modelo", pero que creo que el modelo tampoco está pensado, creo que allí habrían posibilidades, no sé si después de 25, casi 30 años eso sea posible, pero creo que va más en cómo se mira la región desde el Valle del Cauca como centro de la región, como centro del a región, como un imán que tiene la región..

**D.G.** Polo de desarrollo de la región

**L.A.T.** Es que es el polo de desarrollo de la región, entonces uno mira que sí, hay producción de TV a nivel local, de pronto a través de una integración allí podrían lograrse modelos interesantes, pero todavía no se ha explorado de manera profunda a el modelo, creo que no se le ha dado la importancia suficiente al tema, porque es una tradición regional pero producida mayoritariamente desde Cali.



**D.G.** Y ahí usted cuando habla de la vinculación directa a una gobernación, ¿usted cree que eso ha sido beneficioso o en cierto momentos ha limitado el desarrollo del canal? tan sencillo como que el nombramiento directo se dé como cualquier otro cargo de una secretaría departamental..

**L.A.T.** Yo diría que eso siempre ha dependido de la seriedad con que se tome; ha habido dirigentes inmejorables en TP, ha habido gente que ha pasado y ha marcado historia en el canal regional por el aporte que en el momento ha dado, porque además son momentos históricos diferentes, cada uno ha hecho parte en el momento coyuntural en el que llega entonces yo creo que ha habido maravillosos nombramientos, de gente que incluso tiene tanta o más experiencia que cualquiera que pudiera estar en autoridades nacionales superiores, pero ha habido otros que no lo han sido tantos. Yo no diría que el problema está allí, yo diría que el problema está desde la Vallecaucanidad, desde el centro de operaciones del canal regional se construye un modelo para integrar los otros departamentos y realmente construir un concepto de región que ahora por ejemplo la tecnología lo permite. inicialmente yo me acuerdo que uno de los grandes dilemas era “es que no llegaba”, o sea ¿cómo convocar al chocó si no llegamos al Chocó, o cómo convocar al Nariño si no llegamos al Nariño? llegó un momento histórico donde ya se llegaba por señal aérea, luego cuando llegó la maravilla del satélite y que podían bajarnos sin mayor dificultad, pues ya llegamos de otras maneras, ahora el dilema es ¿además de llegar cómo devolvemos información de allá para acá? entonces viene el tema del costo de la tecnología, comprar una cámara o una sala de edición, porque en esa época se hablaba de salas de edición, unos equipos aparatosos, costosos, pero ahora no. Ahora es relativamente fácil y económico hacer televisión y en muy buenos estándares de calidad, porque se podía recibir señal en muchas formas pero cuando esa señal e iba a difundir estábamos perdidos en calidad, ahora no, ahora la tecnología nos acerca muchísimo, hay gente haciendo buenas notas para TV con teléfonos celulares, o con dispositivos de bajísimo costo, con calidad HD pero casi que de nivel casero, entonces uno dice “cuando tenemos esas posibilidades tecnológicas de conectividad, de todas esas cosas que hace 30 años eran impensables, es un buen momento para pensar un modelo”, porque nadie dice que todo tuvo que haber salido del principio perfecto, pero es un buen momento para decir “esto es una TV regional y aquí tenemos posibilidades realmente de construir región, de pensarnos como región, de recibir contenidos como región” porque yo recuerdo más de una producción que llegábamos al Chocó y ellos tenían sintonizado TA, y uno decía “claro, tiene mucho sentido, es que ellos le están sirviendo a un departamento pero su cercanía geográfica con el Chocó es más grande que la nuestra” a nosotros nos toca atravesarnos medio Chocó para llegar a Quibdó, en cambio ellos lo tienen al frente, por cercanía geográfica, entonces uno decía “tiene mucho más sentido que ellos estén viendo TA, así ellos pertenezcan a la costa pacífica, porque el tema de la región no es un tema de región geográfica, sino de región cultural, de región social, de cómo nos vemos y nos relacionamos con los que están a nuestro lado geográficamente”, en cambio a nosotros nos toca hacer un recorrido gigante para llegar realmente al centro del Chocó, estando en el Valle del Cauca.

**D.G.** ¿Cómo en todos sus años de experiencias del canal, cómo fueron, si hubo, relaciones con los demás canales regionales?

**L.A.T.** Maravillosas, especialmente con algunos, mire: yo creo que hay momentos maravillosos, yo recuerdo cuando sale TP había que aprender, y de los que ya estaban haciendo, entonces TA fue para nosotros un referente, además un referente de puertas abiertas, y eso hay que agradecerlo, TA lo que ya había recorrido, el camino que ya había andado, lo entregó completo en información a TP, a sus gerentes, en el caso nuestro, cuando a mí me tocó de directora de producción, a la directora de producción, de programación, yo de verdad creo que TA fue valiosísimo en ese sentido, TC también, además que TC igual que TP tuvo gerentes de primer nivel, que se estaban pensando la TV, no se estaban pensando el canal que gerenciaban, sino la TV, entonces cuando hay ese tipo de personas, que trascienden el cargo inmediato que están desempeñando, pues obviamente los aportes que logran hacer y de interacción con las empresas es maravillosa. Nosotros fuimos el tercero, entonces de ahí en adelante fuimos el referente para otros, por ejemplo TeleCafé llegaba más rápido a TP por su cercanía, a buscar información, modelos, etc. y obviamente TP también tenía abierto. También tuve la oportunidad de ir a TeleIslas (TI) y aportar desde la experiencia lo que se podía para que TI superara algunas dificultades que tenían en su momento para salir adelante

Pero creo que la relación hasta el momento que a mí me tocó vivir con los canales fue muy buena, además que por ejemplo los financieros miraban los indicadores, cifras, el comportamiento, que es que está la ley tal, que quienes te están aportando a ti ... Había un intercambio fluido y sin celos de información, creo que eso fue bueno, lo sé porque lo supe recientemente en el comité de empalme, que todavía siguen transfiriéndose información de interés público, pero cada uno trabajando por su lado.

**D.G.** Y ahí lo financiero.. Muy duro le ha tocado a los canales regionales bajo un modelo de TV pública en el país que es más o menos “sobreviva como pueda en una competencia por la publicidad” por ejemplo, sin grandes fondos más allá del fondo para el desarrollo de la TV

**L.A.T.** Intentando hacer TV que compita con los modelos de RCN y caracol, pero sin los presupuestos de RCN y Caracol, y sin poder vender a esos precios, porque nuestro mercado es diferente

**D.G.** Y tener que hacer TV diferente a ellos

**L.A.T.** Total, y además porque lo ve uno desde todo sentido, hay géneros que por ejemplo para los canales regionales han sido totalmente esquivos, por los costos, y uno dice “qué tristeza” porque los talentos están aquí, pero se van a Bogotá a hacer TV que podríamos estar haciendo nosotros, pero no tenemos los recursos para hacerlos, por ejemplo los argumentales, sí la producción de documentales también escasea, porque son muy costosos y además no tienen grandes patrocinios; afortunadamente existe el Fondo para el Desarrollo de la TV pública de la autoridad nacional de TV, haría que entrar a mirar si el funcionamiento del fondo es el adecuado, y lo digo con profundo respeto y algo de desconocimiento de hoy, pero tampoco con total desconocimiento , entonces uno dice “es que estamos hablando de la TV que se produce de las regiones versus cosas que ya son heredadas de lo quedó por ejemplo pagando el fondo para el desarrollo de la TV pública de Bogotá que uno dice ‘no compensa una cosa con la otra’”, afortunadamente ese fondo existe, porque de lo contrario sería absolutamente difícil, y ese es uno de los grandes problemas, pensaría yo, y es la dependencia ¿qué pasaría con la producción de Cali si ese fondo no existe? ¿De dónde sacarían los canales para competir por audiencia , para poderle decir a la audiencia “venga señores es que aquí estamos”? es que la diferencia del canal regional es que le sacamos a su par, a su igual, a su vecino, al evento de su territorio, a las cosas que suceden a su alrededor ¿cómo lo haces? es que estas compitiendo la misma torta pero con menor infraestructura, menores posibilidades y menor producción, es muy difícil. Creo que allí también hay unos retos importantísimos para la ANTV en muchos temas, en los temas legislativos creo que hay muchas oportunidades importantes y en los temas de repartición de los recursos, que sea un poco más generosa con la importancia que tiene la TV regional de este país

**D.G.** Porque de ahí incluso sale plata para las pensiones de Inravisión todavía

**L.A.T.** De eso estoy hablando, no puede ser posible que un problema de carácter administrativo, heredado, siga quitándole las oportunidades a construir democracia, región, cultura, identidad a los canales regionales. Por ejemplo, en el país del posconflicto la TV regional está, porque allí es donde realmente necesitamos comunicarnos con los que están cerca de nosotros, porque los problemas que vive el Cauca en el posconflicto no son los que vive la Costa Atlántica en el posconflicto

**D.G.** Ni son los que nos cuentan los canales nacionales

**L.A.T.** Ni son los que nos cuentan los canales nacionales, exactamente. Entonces ahí nos dicen “en el país del posconflicto esa no más es una coyuntura absolutamente válida para repensar la forma de distribución de los recursos” o sea la TV regional le ha aportado muchísimo a este país, pero en términos de retorno creo que no han sido igual de bien tratados, sigue siendo un poco cenicienta para ciertas cosas, y de todas maneras es TV pública y para comunicar las cosas importantes, para que este país mantenga su soberanía, mantenga la democracia como el motor, construya sociedad, reconstruya tejido social, se revise a sí misma en sus internalidades como región, la TV regional ha sido absolutamente importante, entonces creo que allí hay retos interesantes a futuro

**D.G.** Pero yo hablaba con el señor Fernando, la necesidad de repensar todo eso porque con una transición social, cultural, política y también tecnológica hacia otro tipo de TV, este modelo de TV que tenemos quizás afecte mucho a los públicos regionales, con la TDT, por ejemplo, ¿cómo sostener un canal, una programación bajo esas condiciones? donde la gente va a estar en...

**L.A.T.** Más de uno, y que no te conviertan en “canalitos”, en un canal de relleno, o sea en un segundo canal institucional de puro relleno, o un deportivo de cosas repetidas, o sea que realmente tengan un trasfondo importante, por eso te decía yo ahorita que el tema de la regionalización como tal es importante revisarlo

Creo que el segundo gran revolcón, y de pronto en esto puedo no ser tan precisa, pero es una percepción que tengo, pero después de lo que pasó con la apertura de la TV privada este es el segundo gran momento que vamos a vivir y estamos a 3 años, y no está pasando mucho, porque primero estamos tratando de sobrevivir con la TV que tenemos y mantener los canales vivos, al aire, decentes, decorosos, con sintonía, con rating, vendiendo ¿sí? para pensarse en el segundo o en el tercero, y ojalá no se pensara en un modelo de negocio solamente, porque si se pensara eso terminamos haciendo canales de televentas o institucionales, porque es una demanda gigantesca, o canales de repeticiones que ese es otro peligro gigantesco, como son los que tenemos en este momento por parte de los nacionales, finalmente lo que están haciendo allí es reviviendo cosas añejas que pueden tener algún sentido o interés para algunos pero que no les va a durar mucho, ya se los consumieron ellos, ya no pueden consumirlos nadie más, porque además en las conservaciones de archivo, y especialmente en los derechos de autor sobre los archivos tampoco ha habido un trabajo muy juicioso, ¿cuándo se empezaron los canales regionales quién hablaba de derechos de autor? Nadie

**D.G.** TC bajaba señales de...

**L.A.T.** Nadie, ¿y cómo se hacían los documentales y como se hacían producciones maravillosas? gracias a Dios en esa época el internet no era tan bueno, es más, ni existía, pero yo me pongo a ver producciones maravillosas que se hicieron en los primeros años de TP que puestos a la luz de hoy son impasables, porque derechos de autor no tienen ninguno, y han utilizado toda clase de piezas musicales, literarias, cinematográficas, ideográficas que en su momento fueron válidas, pero a la luz del mundo de hoy sería una ilegalidad total

**D.G.** En ese mismo sentido, el futuro de la TV en general, toda la TV está cambiando, pero es que la TV pública en este país en esta transición que estamos hablando...

**L.A.T.** Yo en eso no soy fatalista, ¿sabe?

**D.G.** ¿No?

**L.A.T.** Yo creo que es como cuando en algún momento a uno le decían que con la llegada del internet iban a desaparecer los libros y los periódicos y las revistas, y sí, han enfrentado momentos críticos, pero no van a desaparecer, y por mucho tiempo, porque la sociedad los necesita, y van a encontrar formas de sobrevivir, como la han encontrado los diarios, las revistas, la misma prensa escrita en diversas formas. Yo creo que es un momento de un cambio fundamental en el esquema, pero el esquema no depende de los canales solos, cada uno por separado TA, TC, TP, TI... Creo que es un trabajo de conjunto con la ANTV que es el referente con el que están, porque allí no están ni MinTIC, o sea están de manera muy por el ladito... Yo creo que el camino se encuentra pero va a ser seguramente la segunda gran crisis, así como decimos que será el segundo momento, también será la segunda gran crisis.

**D.G.** Además porque la demanda social de la TV cercana y regional sigue existiendo

**L.A.T.** Claro, es que es no perder la esencia, es recuperar la esencia lo que nos va a permitir existir, o sea no medirnos con lo que nos encontramos con lo que ven mis hijos, por ejemplo, que no ven TV

regional, hay que pensar en esos muchachos, en la gente joven, cómo hacerlos retornar a que esa es una posibilidad, cuando se encuentran con Netflix y cuantas cosas más, para poderlo ver cuando acceden a la TV desde su dispositivo móvil, es que allí tienen que llegar, es que tienen que atemperarse a las nuevas tecnologías y nuevos modelos de producción, pero no competir haciendo realities de 3 pesos que se vende un peso, o sea los hacen con 3 pesos pero se vende un peso y el comerciante, el patrocinador los compra a 50 centavos, porque como se vende un peso, entonces los compran mal o no los compran, y es dejar los modelos y formatos de la TV nacional que han sido exitosos, déjenselos a ellos y creemos los nuestros propios, que además los hemos creados y los hemos abandonado

**D.G.** Claro, la tradición..

**L.A.T.** Claro, los hemos creado... La tradición... Eso, por ejemplo, TP en ningún momento fue el canal con mayor cantidad de directos, todo lo que sucedía la gente lo podía ver en directo, no importaba si sucedía en Cauca, o Nariño, o Chocó, pero ahí estaba el canal regional, con unos esfuerzos gigantescos, con lo que fuera, pero ahí estábamos, no con las grandes maravillas de hoy de las 14 o 15 cámaras, no, con 3 camaritas y un punto fijo, pero teniendo menos hacíamos más en lo que era la proximidad, en lo que era acercarse a la gente a lo que era realmente importante que es el que está a su lado, cuando me veo parecido al que está en la TV y no con los modelos que me imponen desde Bogotá donde no nos entienden, donde las regiones no se conocen, ni la idiosincrasia, ni la cultura, ni la forma de hablar, donde además hacen una caricatura de nosotros, y si no mire cómo ponen a hablar a los costeños, realmente vaya a Barranquilla y dígame si un costeño habla en las novelas, o váyase a Cali y diga si nosotros hablamos tan feo como nos ponen a hablar en la TV donde salen los vallunos, no hablamos así, ni todos somos pastusos, ni todos somos negros que hablemos de una determinada manera, es que ni siquiera diferencian los negros del Cauca de los negros del Chocó, ni en su forma de vestir, ni en su música ni en nada, y uno dice “es allí donde todavía está la esencia de lo regional, en la proximidad con lo que es nuestro” la tradición documental ¿cómo por ejemplo siguen existiendo con excelente nivel de producción, repitiéndose la información, intercambiándose canales como Discovery, por colocar solo el más “comercial” o visto de todos, porque es que lo que está escrito en un documental es eso, un documento, que lo puedes ver hoy y lo puedes volver a ver en 5 años, o lo pudiste haber grabado hoy y lo puedes ver dentro de 5 años y sigue siendo igual vigente, pero para hacer documental hay que hacer investigación, ¿para hacer investigación hay que hacer preproducción, hay que dedicarle cursos y tener claro qué es lo documentable que tenemos, qué es aquello que es tan nuestro que nos hace internacionales, que nos proyecta al mundo, lo que nos proyecta al mundo no son las pasarelas que se parecen a las de NY pero con plata de Colombia, lo que nos proyecta al mundo es lo que realmente sucede en las calles, en los pueblos, en los municipios, en las comunidades indígenas, en lo que somos nosotros como territorio, y es eso lo que no estamos respetando, y en cambio estamos dedicándonos a pasar reinados y a pasar partidos de fútbol que es que eso también competimos con los nacionales y los internacionales

**D.G.** Cuando le preguntaba lo del intercambio con los regionales es porque en términos de imagen y de producción uno siente que no ha habido mucho intercambio, porque muchas veces no nos seguimos reconociendo, como acaba de decir.

**L.A.T.** Y sobre todo porque allí hay cosas donde se podrían hacer cosas interesantes, las noticias, por ejemplo, y creo que allí TP tiene grandes aciertos, no porque los noticieros sean los mejores, sin ser malos, sino porque el canal ha tenido una política que ha permitido que los noticieros sean anclas de la programación, los noticieros han tenido una continuidad que es importante, la gente se reconoce en una política editorial, en un horario, y dice “yo me veo las noticias de la 1 o de las 8:30 o las del fin de semana que me aproximan con lo que no me muestra RCN o Caracol” ¿cuándo somos noticias para RCN o Caracol? cuando los muertos son más de 3, cuando el incendio es muy grande y las pérdidas económicas son muy grandes o cuando llega la feria de Cali... Entonces lo que es muy bueno o lo que es muy malo, pero lo que es cotidiano, que es realmente la cotidianidad de la vida nuestra, eso no se ve, y creo que de alguna manera nuestros noticieros han permitido que la información tenga otros

protagonistas, que son los protagonistas nuestros. Obviamente tiene una prelación mucho más grande el Valle del Cauca, yo por ejemplo rescato TDTP que las licitaciones han amarrado como obligatoriedad algunas condiciones que obligan a que la región se vea, no sé si se están cumpliendo en su cabalidad, esperaríamos que sí, pero por lo menos, si uno aborda por la vida de lo legal, la necesidad de que se cumplan cierto tipo de criterios, yo pensaría que eso es legítimo y válido, y es construir una parrilla de programación, una necesidades de programación, que el que quiera entrar a TP también se vea obligado a... Porque para las empresas productoras hacer TV es un negocio, y es legítimo que sea un negocio, esas no son entidades de beneficencia, eso no lo critico, pero también debe ser rentable desde lo social, la rentabilidad no puede estar solo en lo económico sino que desde lo social debe haber una necesidad de construir región

**D.G.** Sí, por ejemplo parte de mi hipótesis es que habría que establecer unos indicadores sociales para medir los canales públicos regionales, que no sea sólo el rating y los ingresos por publicidad...

**L.A.T.** Sí, pero es que sin ese rating estamos perdidos...

**D.G.** ... Que fue una de las peleas del canal capital con Hollman Morris cuando lo llama el canal capital cuando lo llama el concejo para hacerle control político y eso, decía “hay unos indicadores sociales que tenemos que ver, no solamente ventas y alcances de audiencia” que en España está pasando eso, porque están cerrando muchas TV autonómicas con la crisis por eso, y están estableciendo es unos indicadores sociales..

**L.A.T.** Es lo que te decía, en la región tenemos que medirnos como región, si nos comparamos con el Rating que tiene en este momento Dulce Amor o Las hermanitas calle o Yo me llamo, no sé cuál sea el reality de moda, no pasa nada con nosotros, pero TP ha logrado cosas interesantes, enfrentarle por ejemplo a un canal nacional que tiene un noticiero, no le puede enfrentar noticias, pero por ejemplo le están enfrentando deportivos, eso es interesante como concepto, ahora hay que mirar el deportivo qué es lo que muestra, o sea cómo nos enfrentamos para capturar unas audiencias que miren lo que les interesa y lo que les es próximo, entonces hay unas identidades regionales alrededor de ciertas cosas como la música, que uno dice “aquí puede haber un filón importantísimo, esta región es exquisitamente musical” entonces uno dice “aquí puede haber un filón para TP maravilloso, la negritud de esta región” es que los negros del pacífico tienen primero una diversidad antropológica, sociológica, económica, folclórica, cultural, de estilo de vida, de producción, que uno dice “en esa negritud puede haber un filón maravilloso porque somos una población muy negra en esta región pacífica colombiana, pero también muy indígena”, y eso no está en todas las regiones del país, o sea solo Cali tiene una cantidad de comunidades indígenas asentadas en la ciudad y visibilizar la producción cultural que hay en ellas es absolutamente maravilloso y posible  
La vocación agraria de esta región es una cosa impresionante, creo que ni siquiera nos reconocemos

**D.G.** Claro, es una zona rural amplia...

**L.A.T.** Y además con vocación agraria, entonces uno dice “algunos contenidos dirigidos a una población que no solo es campesina” es que aquí también hay industriales del campo, hay trabajadores del campo, hay gente que vive en el campo, y que trabaja en la ciudad viviendo en el campo, el campo es para nosotros un tema importante, y no estamos hablando de un campo lejano, bucólico... Estamos hablando de un campo casi que urbano, porque está integrada ya al dinamismo y la economía de las ciudades, pero que para el resto del país somos la despensa, entonces allí ya digo “vamos ya 3 o 4 cosas que uno dice ‘eso es identidad y no es nacional, es vallecaucana, es regional’”, que allí podríamos nosotros ir encontrando esos caminos y esos filones tanto de cara a lo que puede suceder con la ampliación de frecuencias con la TDT ¿por dónde estaría ese filón para abrir la luz, pero también para lo que es la producción inmediata” yo cada que veo por ejemplo un reality en TV regional yo digo “no puede ser, ese no es” yo vuelvo y repito: se hacen con 3 pesos, parecen de 1 y no hay nada que hacer, pero si el sentido es mirar talentos no tiene que ser un reality, por qué tenemos que copiar el formato si es que aquí el centro no es el formato si no el contenido, ¿cómo logramos el

mismo contenido que se llama “talento regional” pero de cara a otros formatos que aquí ya se han probado y son exitosos? hay cosas que a nadie se le olvida, todavía uno oye hablar de Rostros y Rastros, cuando la gente ya no tiene ni idea de qué es eso, pero para los adultos es un referente, uno oye hablar de Soneros cuando se dejó de producir hace 18-20 años, pero por qué, porque el centro, el origen lo tuvieron claro, es el talento, y esto es una región súper prolífica en talentos, entonces abrámosle espacio a eso... La identidad salsera de esta región, por ejemplo, y no sólo salsera, musical de esta región, pero no tienes que irlo a mostrar en un reality, en un Yo me llamo, hay muchas otras formas de mostrarlo

**D.G.** Sí, cuando se entra en competencia de querer imitar es la peor versión de los canales regionales

**L.A.T.** Exactamente

**D.G.** Sale la peor versión

**L.A.T.** Exactamente

**D.G.** No por el talento , como usted dice...

**L.A.T.** No, no es por el talento

**D.G.** ... No nos pertenecen esos formatos

**L.A.T.** Exactamente, y no tenemos cómo copiarlos igual, no tenemos ese derroche y despliegue, no podemos darnos ese lujo

**D.G.** Y ¿ha construido región TP?

**L.A.T.** Sin duda

**D.G.**...Como con la gente..

**L.A.T.** Yo sí creo, creo que los logros son innumerables y que ha construido región, desde el momento que TP consiguió visibilizar los lugares que eran invisibles ha construido región, en los mismos mensajes que se han dado en momentos coyunturales del país, de la región, a nivel de solidaridad e inclusive de política, de momentos frente a condiciones climáticas, de coyuntura de la región, ahí ha estado presente TP , sin lugar a duda, TP le ha dado rostro a la coyuntura de esta región, se ha mostrado a sí mismo como región pacífico colombiano y al país y al mundo que aquí hay mucho más que futbolistas, más que el cartel del Norte del Valle , que hay gente emprendedora, trabajadora, talentosa, que hay economía, que se mueve, que se produce literatura, música y arte, que hay movimientos culturales importantísimos, que se hacen eventos de trascendencia, que es una región que mira hacia el pacífico , ha visibilizado buenaventura desde otra perspectiva, le ha dado rostro al Norte del Valle, ha sacado a Nariño del anonimato en el que vivía, ha permitido mirar el Chocó otra cosas más allá que la pobreza y el hambre, yo sí creo que TP ha construido región, en unos momentos más que otros y con unas formas seguramente más exitosas que otras, que allí todavía tiene una deuda gigantesca , la tiene, pero que los avances y los aportes han sido grandes a mí no me cabe ninguna duda, independientemente de que uno esté de acuerdo o no con un momento histórico que esté viviendo o haya vivido el canal respecto a la programación o las políticas de producción, yo sí creo que el aporte es impresionantemente grande como formador, o sea cómo decir que no ha construido región si también ha sido escuela de la TV nacional, o sea vaya y mire cuál es el talento que brilla y sobresale y no solo de TP, de todos los regionales, y no estoy hablando solo de las caras visibles y las presentadoras, estoy hablando de productores y la gente que realiza, produce... Es impresionante, y eso también es construir regiones, esta gente que se va, de alguna manera mira su región con otra cara, y permite que se visibilicen desde Bogotá otras cosas

**D.G.** Bueno doctora, muchas gracias

**L.A.T.** No, pues qué rico que haya gente como vos pensando en la TV regional, eso me hace muy feliz

**Entrevista a Roy Marín (R. M.)**  
**Realizada en Bogotá Abril de 2015**  
**Lugar: Lugar de residencia Roy Marín**

**R. M.** Las olimpiadas de Berlín fueron el evento del mundo más importante de la época. Organizado por Hitler, se acuerda que Jessi Owens le ganó a los blancos arios. Resulta que no está contemplado en los libros pero la primera transmisión fue en las olimpiadas de Berlín en 1936. Casualmente estaba invitado un subteniente que era el que hacía las compras del armamento colombiano en (...) Todos los gobiernos de América latina dependían del armamento militar alemán, no estadounidense ni inglés. Alemania era el proveedor de tecnología, era la mejor tecnología militar, además por la experiencia de la primera guerra y todo eso.

Estaba Gustavo Rojas Pinilla. ¿Qué hacía el hombre allá? la primera transmisión de televisión. Tú vas a la radio y televisión de Berlín y en la parte de abajo de la antena que nunca la tumbaron, tienen la imagen original de 16 líneas contra el sistema PAL de 625 de hoy en día

**D. G.** ¿Con la misma imagen?

**R. M.** Sí. Claro, la otra son sombras, pero eso fue la primera transmisión que se hizo a una serie de televisores que estaban ubicados en Berlín. Gustavo Rojas Pinilla, que no era todavía dictador, ve la cosa y el hombre queda prendado y se organiza la venida de los técnicos que hicieron esa instalación a Colombia. Estamos hablando de mucho antes del 54, estoy hablando del 36, esto no te lo ha dicho nadie.

Si tu pones de pronto ahí Gustavo Rojas Pinilla en Berlín, ¿qué te dice? partiendo de que en ese entonces ese era el evento magno, lo más importante, como la feria de NY, como cuando fue la Torre Eiffel.

**D. G.** Sí, sale 60 años de la televisión... Recrea un poco lo que estaba diciendo, que allá fue donde él conoció la televisión

**R. M.** ¿Sabías eso?

**D. G.** Sí había escuchado pero no muy claramente

**R. M.** Bueno, ¿por qué es importante ese evento? porque el eje central de la televisión colombiana no viene de EEUU, viene del sistema europeo. Para entender por qué Colombia es como es hoy en día, hay que remitirse al sistema europeo. Bueno, es el primer ensayo, no funciona, arranca la segunda guerra en el 39 y esos técnicos se tienen que devolver a la guerra

**D. G.** Claro, se para todo.

**R. M.** Y este hombre, que era una persona baja en el ejército pues no tuvo la oportunidad de hacer un gran proyecto de televisión. Además una televisión incipiente. Si tu miras dónde nació la televisión dice "1939 EEUU" porque resulta que hoy en día coges un libro de historia americana y todo se inventó en EEUU, uno va a Inglaterra y encuentra otra historia. Son historias muy compartamentalizadas por los intereses de cada gobierno. Entonces entendiendo esto.. Yo soy becado del año 1983 por la radio alemana en Berlín, entonces me invitan allá y me invitan a conocer el sistema alemán de televisión y el sistema europeo. En esa época el equipo más importante que existía era el FAX y nosotros corríamos a ver si esa era la original o alguien nos estaba engañando. Pero era un mundo distinto, entonces cómo era la televisión alemana: Una cadena nacional emitida desde un lugar para todo el país. Una cadena nacional y una cadena privada, que todavía existe, emitía desde Múnich, y en cada región había una estación local. La que yo estaba era la que atendía a Berlín. Pero había 10. Alemania estaba partida en 2 en esa época. Todas las antenas ubicadas en el borde para irradiar al otro lado de Alemania, o sea que la otra Alemania no se desligara culturalmente de ellos.



¿Cómo hacían? entonces los regionales terminaron siendo los dueños de la cadena uno nacional y se rotaban la administración de la cadena uno nacional cada seis meses. Entonces el gerente era cada seis meses en una región distinta, emitían desde un solo lugar. Qué concepto tan bonito de televisión, porque eran las regiones las que programaban sus regiones y además hacían una nacional y había una privada nacional, no había cables, no había nada. Los satélites estaban empezando, y así era como recibamos los mundiales, yo fui a Alemania donde estaban y era una vaina increíble.. Hoy en día son unas antenitas que tú puedes poner aquí en la pared.

Yo veo esto allá, me fui a Francia y lo mismo. España igual. La que había dado un paso Comercial era Alemania que había abierto la ZDF, una estación privada, competencia. ¿De que vivía la televisión en esa época? de los impuestos. Las cadenas públicas nacionales y regionales eran públicas, sin comerciales. ZDF sí tenía comerciales privados.

Nace en Colombia un sistema, ¿Quiénes lo mostraron finalmente? Gustavo Rojas Pinilla en el 53-54, con Fernando Gómez(...), donde arrancan las transmisiones en Bogotá y Manizales, porque en la altura las ciudades se ven. El nevado del Ruiz se ve con Bogotá, hicieron un transmisor, pusieron un estudio de televisión en Manizales que hoy en día es RCN Manizales, allá quedó el primer estudio de televisión alterno al de Bogotá. Entonces arrancan esas primeras transmisiones [de la televisión nacional], y a medida que fueron colonizando cerros iban ampliando la cobertura, [pero era] una televisión eminentemente local, hecha en Bogotá [...] y se fue abriendo.

Cuando me invitaron a dar esa conferencia, investigando me puse a ver en revisión que había pasado cuando habían llegado a la Sierra Nevada de Santa Marta, ... Pues que en Santa Marta pusieron una sección también. Y hacían unos programas y los transmitía desde Santa Marta en esa antena, o sea que la televisión local sí existió en Manizales, Bogotá y Santa Marta pero con los avances de la tecnología y de la política de este país es que todo aquí se maneja desde Bogotá.

#### **D. G. Exactamente**

**R. M.** Se volvió una televisión bogotana, eran dos cadenas nacionales, en esa época incluso había un canal Teletigre, que funcionó aquí

#### **D. G. Privado**

**R. M.** Yo me imagino que fue montado sobre las mismas estaciones nacionales en unos horarios que les dieron, de allá nacen las Programadoras, entonces el Estado se reserva un canal, el tercero, que era la cadena 3, era un canal local, porque ese canal cultural vino a ser expandido en los años 90, hasta los 90 ese canal no llegaba a muchas partes, que era la filosofía de la televisión pública. Entonces el Estado, operador de la red, como era en Alemania, pero para bajar el costo tuvo que abrirles el espacio a los políticos, renta los espacios, por licitación pública.

Pues yo me voy a Alemania en el 83, vuelvo en el 84 y empiezo a tocar puertas.

Yo sabía, porque yo soy Costarricense de nacimiento, y cada vez que yo venía por San Andrés, conocí que en San Andrés pusieron una estación autónoma de televisión, con estudios, oficinas, cuartos de maquillaje, cámaras, tenían el sistema de transmisión más sofisticado que tenía Colombia para subir y bajar señal, solo habían 2 en Colombia: en Chocontá y en San Andrés Islas.

Jodí, le dije a la Ministra “estamos desaprovechando San Andrés” porque en este momento con el conflicto que hay en Nicaragua, la única estación que podía subir señal satélite para cubrir la revolución de Nicaragua era en Managua, o sea que estaba vetada para que los periodistas grabaran y subieran la señal. Yo le dije, San Andrés está a menos de 20 minutos en avión de Managua, los alemanes me proponen que les alquilemos la estación de San Andrés para que ellos puedan producir. Graban, se suben en la avioneta, editan y suben en la noche al mundo sus noticias. “no, Roy, pero tú de qué me estás hablando?” no, una inconsciencia en este país total. Yo tenía 20 años. “cuantos años es que tienes?” “20” “tú lo que tienes es que estudiar, vete a estudiar afuera, a conocer el mundo” pero es que acabo de llegar, vengo es a decirles que hay interés, que hay que moverse”.

Colombia en esa época, usando los satélites, ya había conectado el canal por satélite, que era en directo, y la cadena 2 se grababa en Bogotá en unos casetes y se mandaban unas cajas y entonces allá

en San Andrés se emitía el canal 2 de manera diferida cada 15 días, o sea, que el que el que se iba de Bogotá llegaba allá a la cadena 2 y veía...

**D. G.** Sí, se veía todo tarde

**R. M.** Sí, 15 días después porque mientras se grababa una semana, se mandaba la caja y se programaba, eran 2-3 semanas

Y se perdió el interés, Nicaragua finalmente cayó, y ahí siguen. Y entonces yo voy a trabajar en Caracol TELEVISIÓN en un programa que se llamaba Caracol en la Tierra con las primeras cámaras de video portátiles que llegaron a Colombia, Caracol compró una. Esto coincide con el cambio de la televisión a color, entonces me fui allá y con esa cámara recorrimos el país mostrándole a la gente el país que no habían visto. En Colombia habían 2 cámaras, una que tenía el señor Jacks Marshall de Cali y Caracol TELEVISIÓN, entonces era toda una odisea salir a grabar y traer imágenes y mostrar en un documental que era lo que pasaba en Colombia.

Y empezaron los noticieros a utilizarlas. El llamó, como los 6 meses. Caracol ese programa lo paró, entonces me llamó y me dijo “usted está dispuesto a seguir con el programa de hacer televisión regional?” Claro, Total. Es que San Andrés es el lugar, allá tenemos la estación, tenían todos los equipos...

**D. G.** ¿Y quién había montado todo eso en San Andrés?

**R. M.** El presidente Misael Pastrana

**D. G.** Ah claro, para enviar la señal de la televisión regional

**R. M.** No, además le había puesto una cámara y un equipo de luces y otras cosas porque en ese momento Nicaragua comenzó a pedir la isla como si fuera de ella, entonces dijimos para una emergencia para comunicarnos con la comunidad hay que tener ese canal habilitado.

Entonces yo llego a San Andrés, y la estación estaba en manos de un judío, corresponsal que trabajaba para un periodista del espectador que se llama Emilio \*\*\*. Es y siempre ha sido el gerente de un almacén muy grande allá en San Andrés y yo iba con la idea de hacer televisión en San Andrés, para mostrarle a la Ministra que se podía, que con una pequeña inversión podíamos comenzar a producir una televisión de impacto cultural inmediato. Genera sorpresa. No querían que pusiera televisión en inglés porque los dueños de la isla eran los árabes y los judíos y no les interesaba para nada darles ninguna capacitación cultural a los isleños, increíble ¿no? Sin embargo yo llegué allá sin un peso, es más, no me llegaba la plata y me tocaba vender cualquier cosa para poder vivir. Me metí allá y empecé a producir. Allá habían eventos todos los días, habían muchos eventos importantes y si llegaba Jorge Barón, solo había una cámara y entonces yo les decía “présteme el camarógrafo 3 días y yo se lo devuelvo, yo se lo instalo aquí en un hotel pero es para poder grabar las cosas a dos cámaras” yo llegaba a la estación y transmitía en el canal local, ese que era la cadena 2. Entonces yo portaba la transmisión de los canales en Bogotá y metía programación en inglés.

Hablé con la embajada Americana y la británica y ellos me comenzaron a mandar material que ellos tengan de promoción de sus gobiernos en inglés, porque yo quería que los nativos comenzaran a oír un buen inglés. En esa época pues no había televisión satelital. Y empiezo. Y empieza la guerra para que yo no produjera televisión local, porque ellos no querían perder como la potestad.

Una carta. Julio 25 del año 85. Señora Ministra Noemí Sanín ¿Qué dice la carta? Nosotros los líderes religiosos...

**R. M.** No, espera que sea la otra. Una más completa. Esta es del 22 de agosto del 85, es posterior

Quiero agradecerle muy especialmente por el interés mostrado por usted y el apoyo recibido por la junta directiva para el desarrollo de producción en inglés en la estación Simón Bolívar. Durante el periodo que se me desempeñó en el cargo de coordinador de producción de esta estación, tuve la oportunidad de adelantar las gestiones correspondientes para la creación de un departamento de producción de televisión en San Andrés y Providencia. Igualmente analicé las condiciones actuales de

la seccional para la señal de Inravisión, conforme lo he consignado y que posteriormente transmití. También pude comprobar la capacidad de producción con que cuenta la estación, y la cual, a mi juicio, debe ser utilizada para el fomento y conservación de la cultura de la isla. Me permito informarles que en cumplimiento de mis funciones realicé los siguientes programas: - The War In view (...)

Programas especiales: Los anteriores programas generaron un interesante movimiento de apoyo por parte de la comunidad nativa y en respaldo a la producción bilingüe de su canal local. Debo deplorar las difíciles condiciones en las que me correspondió cumplir con mis obligaciones contractuales y aún más los hechos que usted conoce y que me obligaron contra mi voluntad a solicitar la terminación de contrato celebrado.

Yo dejaba mi equipo listo digamos para grabar mañana. Un solo equipo había. Bueno, y después está una carta de los líderes de la isla de la que iba a salir, religiosos. Porque uno de esos programas fue tremendamente exitoso. Eran 5 minutos hablando los pastores de la isla, todos los líderes religiosos de la isla

Los líderes religiosos de la isla queremos agradecerle el esfuerzo que ha realizado el ministerio de comunicación a través de Inravisión (INRAVISIÓN) con la oportunidad que se le ha brindado a la comunidad nativa de rescatar sus valores culturales utilizando la televisión en las islas.

Agradecemos a Roy Marín el interés y desarrollo de los programas realizados en la estación autónoma, especialmente el programa 5 minutos diarios, realizado por las iglesias católica, adventistas, bautistas y cristianas, deseando que este proyecto siga adelante por la gran aceptación que ha tenido este programa en nuestro pueblo cristiano y para la fortaleza de la unidad de la cultura de la isla

**R. M.** ¿Sabes cuánto duró ese programa al aire? a mí me sacaron y el tipo cogió y siguió haciendo el programa y duró 22 años.

**D. G.** ¿Pero por qué lo sacaron del aire ?

**R. M.** No, imagínatelo así, fui al médico allá en la estación “usted puede venir aquí de donde quiera, pero yo no le voy a dar ningún recurso, ahí está INRAVISIÓN, ahí verá usted cómo hace los programas”.

La estación queda en la loma de la isla, allá no sube ni un taxi. ¿Cómo hacía uno? Yo mendigaba, todo el mundo me ayudaba... ¿Cómo pagaba uno los animadores? Los animadores de la época fueron gente que me ayudó ... Aquí tengo unas fotos para mostrarte, te voy a transportar...

**D. G.** Está buena la historia con imágenes y con narración

**R. M.** Aquí me encontré unas fotos del equipo de producción: Esta era la cámara, el estudio, que todavía existe. Ahí están los transmisores de INRAVISIÓN, obviamente eso está perdido. Este era el profesor de inglés de la isla del Sena (Servicio Educativo Nacional), después director del Sena, una cabinera del graming, que era la aerolínea de esa época isleña, que se llama Catalina Palacios y vive en Miami hoy en día, y este muchacho que me llevé desde Bogotá para que me ayudara, y un muchacho que era gomoso del video, esta era una grabación, mi casa en San Andrés, yo me fui a vivir a San Luis, vivíamos solo 3 blancos en San Luis.. ¿Has ido a San Andrés?

**D. G.** Sí claro

**R. M.** No había más blancos, porque había una segregación tremenda. Entonces yo dije “no, si yo me voy a trabajar a San Andrés no me voy a vivir allá donde los enemigos, a mí me toca ir a vivir a la comunidad”, sin embargo con ellos fue muy difícil el trato porque era una comunidad muy primaria. Entonces yo dije “bueno, yo estoy llevando aquí una pelea ¿por quién?”

**D. G.** Pero digamos que ese es un experimento ¿por qué lo intenta hacer la Ministra? porque ahí en INRAVISIÓN lo hace directamente el ministerio o ahí INRAVISIÓN está informada?

**R. M.** ¿Sabe quién era el gerente de INRAVISIÓN en esa época? Fernando Barrero, y yo cogí a Fernando y él me decía “usted es un mamón increíble, yo no tengo equipos” y yo llamaba todos los días “mire, tal vaina, las licitaciones no caminan, ustedes me prometieron que me iban a mandar, necesito que me autoricen a poner en los programas por lo menos un agradecimiento, una cortesía a la gente bogotana que escribía la prensa” entonces me dijo “yo le doy fotocopias, yo le doy no sé qué” pero yo los iba a poner en los agradecimientos. La ley no permitía nada. La ley estaba era montada para las programadoras de televisión y los programas de la cadena 3 eran hechos con presupuesto público y yo no tenía presupuesto.

Simón González era el intendente, él se agarró conmigo dos veces y me dijo: “listo, hagámosle pero yo no tengo plata” y si él no le metía la plata... Hicimos varias reuniones y yo dije “no, esto es luchar” entonces yo iba a salir a grabar, dejaba el equipo en mi oficina con todos los cables y todo y al día siguiente iba a salir y no había un cable. Me robaban las pilas. No podía grabar. Era el evento y no tenía con qué grabar. Y ellos se reían todos allá en la estación.

**D. G.** Y esos eran funcionarios de...

**R. M.** INRAVISIÓN. ¿Por qué crees que me vine? Porque yo dije “No, en estas condiciones a mí me van a matar” en la misma estación yo tenía enemigos, yo no tenía amigos. Y esta gente hizo lo posible para que mi función no saliera adelante, y no salió. Uno a los 20 años...

**D. G.** Muy intenso para los Isleños

**R. M.** Me quería comer el mundo pero como es mover un canal de televisión hay que ser intenso, luchar contra todos los esquemas.

**D. G.** ¿Y cuánto tiempo fue esa experiencia allá en San Andrés?

**R. M.** Di tu duré 6 meses, 7 mese produciendo, un año mientras me fui y volví, pero allá estuve 6-7 meses luchando, me llevé hasta mi casa y todo y me instalé en ese apartamento.

Llego acá y me dicen “te vamos a ubicar en FoCine (FC) pero necesito que tú te entres a FoCine y manejes un programa de TELEVISIÓN” que se llamaba CINETELEVISIÓN que eran unos cortometrajes que se estaban haciendo con FoCine, con Mariana Mejía, de 16 mm y se editaban y se pasaban en un espacio que le habían comprado a RTI, para ser emitido en la TELEVISIÓN, es una vaina absurda, terminábamos pagando los mismos privados para poder emitir en los canales del Estado. Pero al tiempo me dijo “necesito que tú me apoyes en TeleAntioquia, sale Teleantioquia con Clara Elsa Vásquez, que había sido la directora de la Cadena 3 y la mandan allá como gerente. Ella se va con la gente de TeleVideo (TEV) que era la productora privada que había aquí independiente, no necesariamente programadora, porque era productora, y alquilan unos equipos y los llevan allá y los instalan y arranca Teleantioquia.

**D. G.** ¿Pero sí es cierto que hay un intercambio de comunicación entre la gobernación y el ministerio e INRAVISIÓN y...

**R. M.** Claro, eso arranca, es más, si tu miras estaba más pedido el canal de Manizales, que estaba fundado hacía 30 años, tenía una oficina.

**D. G.** Ellos se desconectaban y ponían también ...

**R. M.** ¡No! nunca les autorizaron la frecuencia. Empresas Públicas de Manizales le dijo “no, pero es que si nosotros arrancamos con la televisión local cómo no nos van a dejar volver a tener la televisión?” nunca les autorizaron.

Sale Teleantioquia, estando en FoCine yo me voy a estudiar Cinematografía y TELEVISIÓN por cable becado por el ICETEX, y me voy para NY. Me tocó meter cosas de cine pero yo quería era estudiar TELEVISIÓN por cable, ¿qué era ese fenómeno? y estudié con un tipo que se llamaba Mark Shalom

que se llamaba E entertainment, que era la cadena de televisión cultural más fuerte de la época. En EEUU ya había 100 canales, y todos llegaban por cable. Pero aquí todos estábamos en la inopia, no había televisión por cable. Ya la iban a autorizar para abrir la licitación. Yo me vuelvo, me pongo a hacer unas películas de cine, terminé haciendo cine para pagar la beca, era una obligación. Me tocaba trabajar en televisión o en cine, yo trabajaba en lo que fuera porque o si no me llegaba la factura para pagar la universidad.

Yo termino de hacer una película que se llama técnicas de \*\*\*\* con Sergio Cabrera , la primera que él hizo, yo fui el jefe de producción de esa película, y me invitan al festival de vallenato en Valledupar, y estando allí una noche llegó José y me dijo “yo lo necesito es a usted, usted es el tipo. Yo me voy para Barranquilla, estábamos en el canal QHF que no veía nadie, pero véngase para acá” entonces yo arrancho de Valledupar a Barranquilla a ser jefe de programación del canal de TELECARIBE. Creo que no duré dos meses porque EL Heraldo publicó “Un cachaco en TELECARIBE” y pusieron una foto mía.

Yo había ido ese fin de semana a crear una programadora desde Santa Marta, que era una programadora... La región Caribe es. Costa Rica es un país de 3 millones de habitantes, yo creo que la costa puede tener 10 . O sea que el tamaño que tenía.. Y solo emitían desde Barranquilla, con programas hechos en Barranquilla, con una programadora que emitía programas desde Santa Marta, pero eran terribles.

Entonces yo fui a Santa Marta y le dije “tenemos que mejorar lo que está haciendo, que es terrible, o me toca sacarlo del aire. Ponga gente a estudiar porque la televisión no es esa” El hombre tenía dos programas hechos desde Santa Marta: *Mesa redonda* y *Esta sí es la costa*. Era un señor que era dueño de una emisora que se llamaba Radio galeón, muy famosa y muy poderosa, el tipo luchaba contra RCN y Caracol, el tipo era muy poderoso. Entonces yo llego allá a Santa Marta y nos piden un hotelito, y yo pregunto “¿dónde está aquí la programadora?” era un cuarto entre la emisora . Una cámara tirada en una esquina y dos casetes y dos pilas. Eso era la programadora.

Y un señor que había ido desde Bogotá ni grababa. Le dije a Rodrigo “esto no es así, nosotros tenemos que organizar, necesito una gente, averiguamos aquí quién ha estudiado por fuera de Santa Marta , entonces apareció una niña Rossana Diazgranados , que venía de México a estudiar comunicación social, muy bonita, me consiguió otra gente, una prima de la “Mencha”, que es una señora que hoy ha sido muy cuestionada por lo que pasó con la reina esa del tipo que le pegaba. Esa señora es la mamá . Es una niña caleña. No, eso grabar con ella era un drama . Era una cámara yo tenía que grabar a varias posiciones y después editar como si fuera en vivo a 3 o 4 cámaras y eso salía en TELECARIBE. Entonces yo grababa en Santa Marta y me desplazaba a Barranquilla porque no había cómo editar en Santa Marta. Volví a las condiciones de San Andrés.

Entonces yo le dije al man “vea, si vamos a hacer un programa que se llama Esta sí es la costa, necesitamos es material de la costa, no de Santa Marta ni del Magdalena sino que vamos a romper el esquema. Usted conoce gente de radio?” entonces me dijo “Claro, en Santa Marta. Montería, Valledupar”, entonces conseguimos una mujer corresponsal en cada una de las ciudades, y habían cámaras que les hacían los trabajos a los noticieros y mandaban para Bogotá. Entonces les dije vamos a hablar con ellos entonces yo les mando un cuestionario de qué vamos a desarrollar cada semana y ellos me tienen que grabar cada uno un segmento. Esta semana son las candidatas a reinas de la costa, entonces las grabamos en cada ciudad, y para que a mí me llegara el material me lo mandaban en una buseta, que se llamaba la costeña. Era más fácil mandar un papel por la costeña que hablar por teléfono , porque en esa época era imposible. No había líneas, era un país incomunicado. Esto se viene a romper cuando se acaba la hegemonía de Telecom y se abre la telefonía privada y sobre todo la telefonía celular entra a ocupar ese espacio que no se había desarrollado. Y empezamos nosotros a hacer televisión verdaderamente regional en TELECARIBE hecha desde SM. Yo allá duré un año y medio produciendo hasta que me cansé de vivir de esa forma.

**D. G.** ¿La programadora cómo se llamaba?

**R. M.** Galeón Televisión. Ya no existe. Rodrigo lo mataron siendo representante de la cámara. La esposa, María Cristina Meléndez sigue con la programadora, la llama Meléndez, me llamó un par de veces a Bogotá para que la asesorara cómo seguir ella con ese proceso. Ya ella cerró eso pero fui ahora a SM, y en el edificio que me quedé entraba cable, de claro, y en cable en un canal local de SM.

## D. G. Campo TELEVISIÓN

**R. M.** Campo TELEVISIÓN. Ese niño empezó conmigo. Era un periodista haciendo prácticas conmigo en el noticiero de SM. Ramón Campo. Ramonerías Campo. Entonces ahora que estuve en SM me dice Rossana , porque llamé a la presentadora y me dice “tú sabes que ramonsito montó ya su canal” claro, no tiene transmisor, emite a través de cable, pero el cable cubre muchísima gente. A través de Claro. Y yo miraba el programa y decía “claro, el hombre ya tiene sistematizado, con un programa lo emite ya tiene programación 24 horas. Esto llega unos niveles, de lo que luchábamos en esa época. Es una cosa increíble”. Otro muchacho que trabajó conmigo terminó montando un canal en Yopal, por cable. El otro es ahora el productor de eventos de Santa Marta, se llama Jorge Parra TELEVISIÓN . Todas sus líneas que están aquí. Debe haber una foto de ellos aquí. María Claudia Dávila, presentadora del noticiero Televista en Barranquilla. Leonías Otálora, el director de ese noticiero en esa época, camino a un viaje grabando en Valledupar, se nos varó el bus en la noche. Esto es haciendo un programa de El morro, con la cámara que teníamos, Jorge Parra el que tiene ahora la programadora. Aquí estamos con Ernesto McCausland que se queda con la esposa, que en esa época era la mejor presentadora de variedades en esa época.

**D. G.** Esta es Rossana...

**R. M.** Este es el muchacho David que le digo que montó en Yopal. Quico que ahora está trabajando en una minera. Tiene que estar Ramón aquí. Betty Sabogal, la productora.

**D. G.** ¿Y qué hacían? ¿Sólo ese programa?

**R. M.** No, dos programas de media hora con una cámara, eso era...

**D. G.** ¿Le tocaba comercializar el programa?

**R. M.** De eso se encargaba era el amigo Rodrigo Ahumada, que era un bravo. Entonces yo hacía comerciales para la Sierra, la zona franca, era el distribuidor de Ron Caña, entonces Ron Caña patrocinaba ciertos eventos , hicimos grandes especiales desde Santa Marta. El hombre se consiguió un programa nacional de 2 horas desde Santa Marta de las fiestas del mar. Y llega y le dice “acabo de vender 2 horas televisión nacional, las fiestas del mar, tú tienes que hacer un especial de dos horas” y yo como “¿Dos horas con qué equipos?” “monta esa cámara y tu sales al aire” “Esto es un trabajo grande, toca que me contrates en Barranquilla por lo menos 3 cámaras más. Ponemos 4 equipos de camarógrafos que estén todo el tiempo grabando y dos centros de edición para yo poder...” Llegaron 3 cámaras alquiladas, yo puse periodistas en cada cámara , grabé un fin de semana, eso no es que fuera muy grande, y había actividades al mismo tiempo en distintas zonas de Santa Marta . “Entonces usted vaya cubra las balleneras, usted en el barrio popular tal cosa...” entonces me llegaban todos esos manes en la noche y yo empezaba a editar. A mí me daban las 2,3,4 am con todo ese material armando la primera hora. Y yo dije “no, yo hago una hora con el resumen y un periodista presentando las diferentes actividades que se hicieron de esto y al final la hora en vivo era la coronación de la reina y el espectáculo, bailes típicos” para eso ya conectamos dos cámaras con una unidad que trajeron de Barranquilla... Y ahí dijimos “esto se puede hacer” dije “claro” entonces Cartagena, y el reinado nacional. Ya el hombre vio que eso se podía pero había que multiplicar los esfuerzos. Todos estos muchachos aprendieron fue conmigo. A editar, cámara, mil cosas...

**D. G.** Y después dejaron de producir en las regiones. La televisión se centralizó en Barranquilla.

**R. M.** Es que eso depende un poco de quién esté detrás de la maroma. Si la región no apoya para producir es difícil. Lo que pasó en San Andrés,. Yo llego ahora a una población pequeña... Ahora me cogió un señor de una empresa de Antioquia que da servicios en la zona rural, ellos llevan la telefonía y también la televisión por cable. Entonces yo le

dije “¿usted por qué no abre un canal local en Chigorodó el canal de Chigorodó? Emitido por cable, es abrirles un pequeño espacio en el lugar donde ustedes trabajan y hablar con la alcaldía y ustedes... Porque los avisos y todos van a comenzar a salir por ahí.” Es un tipo que hoy en día tiene una participación en Teleantioquia y no hizo sino quejarse el fin de semana de lo mal que está Teleantioquia. Dijo “no, eso lo que hay que hacer es convertir a la gente, hay que darles sexo, drogas y rock and roll, porque eso es lo que produce” los canales regionales no son regionales, porque son todavía un esquema que está montado en la estructura del impuesto público. ¿Quién le gira los recursos a los canales regionales?

**D. G.** Ni idea

**R. M.** ¿De dónde los sacan? de lo que van sacando de publicidad, ellos reparten ese dinero entre Cadena 3 y los canales locales. Obviamente hay programadoras regionales que tienen sus presupuestos, y tienen su publicidad local, pero yo veía a ese man allá en ese club, un tipo más joven que yo, por ahí 40, y no tiene ni idea de cuál es el oficio de la televisión pública. Yo sí porque yo estuve en Europa, yo viví ese esquema, la BBC de Londres, entiendo la filosofía, la educación, las herramientas perdidas. Por ejemplo hoy ya no hay bachillerato por radio, no hay la comunicación de la secretaría de educación por sus canales regionales con sus comunidades para que los colegios, enganchados a una hora determinada se cuadrara una conferencia magistral para una cantidad de gente

Le decía yo a la secretaria de educación de Caldas que me invitó a un evento y nos tomamos algo y le decía “¿usted sabe la herramienta que tiene? ¿Sabe todo lo que puede hacer?” me miraba, pero era una persona como de tan bajo perfil que yo decía “de pronto le estoy hablando es marciano”

**D. G.** Y ahí usted hablaba del financiamiento de los canales regionales ¿por qué esa confusión? porque si bien sale un decreto o una ley pero no dice bien cómo tiene que funcionar y al año siguiente toca sacar un decreto que comercialice, y llega el 90 y todavía no sabemos cómo es que se sostienen los canales regionales

**R. M.** A mí me han pasado cosas como que estoy deprimido, de esas cosas de la vida que uno sale en una situación incómoda, me fui a Manizales, me llamó una tía y me preguntó que por qué estaba deprimido. Le digo “tanto que he luchado por tantas cosas y mira la situación en que ando” y me dijo “no te quejes porque tú has logrado cosas tan grandes... Sabes el favor que nos has hecho a nosotros en la región? los que sabemos que fuiste tú”

Yo me vengo de Santa Marta, me voy para Cartagena, que no había señal de TELECARIBE me acuerdo en esa época, me tocó subirme al cerro de la popa, donde sí se veía TELECARIBE pero no había transmisor para irradiar, pero sí había monitor, entonces yo me subí porque me habían hecho un programa de despedida los de Rossana Diazgranados, y es el que está cuadrado del año mil novecientos no sé qué. Lo vi ahí sentado en un butaca, allá arriba en el Morro. Con una botella de Whisky. Solo. Mi papá y mi mamá sentados al lado diciendo “no, es que nuestro hijo en un verraco” yo decía “pero esto es una verraquera tonta, no trasciende” son cosas que uno logra pero después no trascienden a nada... Bueno, hice después esa película de cine que esa esa llamada María Kant\*\*\*, con FoCine, me metí a trabajar a Caracol TELEVISIÓN, disque asesor de programas de video, una vaina ahí... Me pusieron a montar un departamento nuevo y ventas internacionales. Yo les decía “quiero a Juan Marín afuera porque o si no esto no va a funcionar” y no me creían. Empezaron las ventas internacionales, pasaron 3 niñas bonitas y Juan Marín para afuera y ya están en lo que están. Salió esa novela de guri guri, en Sevilla Magdalena, donde yo grabé María Cano, que es al lado de Santa Marta. Todo eso se armó porque yo ya había trabajado allá. Les dije “hermano, si van a grabar una novela y necesitan paisajes raros váyanse para Sevilla, Magdalena, que allá los tienen” y allá se fueron. Yo hice María Cano, en Caracol yo me di cuenta de que eso era una explotación, allá le sacaban todo y no le daban nada. Y yo dije “no, me están chupando aquí” les dije “que grabemos la novela simultáneamente pero grabemos los audios por aparte del video para empezar a hacer la sintonización en otros idiomas, pero necesito efectos aparte”, como era el cine. Y empiezan ellos a hacer eso pero no me metían a mí en los procesos. Ellos decían “hagamos eso pero no lo metan a él porque nos cobra”

entonces yo dije “Caracol no más” me voy mal de Caracol. Segunda vez que había trabajado con ellos y me fue mal.

El otro día me encontré con ellos por allá en Andrés Carne de Res y llegan a abrazarme y me dicen “tú eres la verraquera, lo mejor que nos pasó, nos abriste la mente” y yo como “¿a mí de qué me sirvió eso en la vida?”

Bueno, tal vez por ser hijo de un político me trancaban los ascensos. Porque como era hijo de Rodrigo Marín Bernal, un ministro, senador, todo el mundo decía “no, eso es un político, eso le dieron el puesto fue por político” y quien ha luchado eso he sido yo, no mi papá. Quien tuvo que irse a vivir a todos esos pueblos a comer boñiga fui yo, no mi papá. Él nunca me mandó un peso. Él me decía “vaya, ese es su trabajo”

Nombran a Alberto Casas Santamaría de ministro de comunicación. O bueno, antes de eso te cuento Fernando barrero Chávez, que había sido Gerente de INRAVISIÓN en la época que yo luché San Andrés y los canales regionales lo nombran decano de la U central, y el hombre en la decanatura llamándome todo el tiempo: “No Roy, aquí lo que necesito es unas charlas de televisión regional, tú que eres el precursor. Mira, te invitó hasta Fernando Gómez Agudelo que van a hacer una tesis que quiere ver toda la universidad, estamos empujando eso” entonces sale ese video que tu viste de canales regionales, muy primario, año 85, hecho por estudiantes de la u central, pero ese conversatorio fue genial, imagínate, lo acaba de desenterrar el año pasado

**D. G.** ¿Ese video que yo vi?

**R. M.** Sí, y te voy a contar por qué: Me nombran coordinador nacional de canales regionales, e llama Alberto Cano y me dice “mira chino, aquí tienes un abogado en eso” pero es que eso no es de abogados.

**D. G.** ¿Y ese cargo se crea desde la Ministra Noemí o lo crean después?

**R. M.** Yo no sé cuándo. Me imagino que en el proceso, ya cuando hubo varios canales, estaban Teleantioquia, TELECARIBE, TP, que lo monta Fernando Calero, con la Ministra que está ahora de cultura

**D. G.** Con Mariana Garcés

**R. M.** Ella era la subgerente del canal o la gerente de programación, esa niña la conozco desde ahí, no teníamos muy buena química pero yo era miembro de la junta.

¿Qué hacía el coordinador? yo iba a todas las asambleas y consejos directivos de todos los canales, que era con los gobernadores, un delegado de INRAVISIÓN y el coordinador nacional de canales regionales como asesor.

**D. G.** ¿Pero quién era la junta?

**R. M.** En cada ciudad eran los que habían puesto la plata. Entonces en la costa atlántica, todos los gobernadores, de todos los departamentos. En Antioquia era... El ministro que mataron.

**D. G.** Sí, aquí tengo todos esos nombres... Alberto Restrepo, Fernando Guerra, Antonio Yepes, Fernando...

**R. M.** No... AL ministro que mataron, un tipo muy importante...

**D. G.** ¿Guillermo Gaviria?

**R. M.** No, el gobernador de Antioquia...

Bueno, ¿cómo era mi vida de coordinador los lunes? Reunión del consejo en Antioquia, una vez al mes. Al día siguiente era la de Cali, entonces viajaba en la noche para Cali. Al siguiente en



Barranquilla, Barranquilla. Vaya atiende una petición en Arauca, váyase para Arauca. Resulta que hay una estación gemela, igualita a la de San Andrés, es el mismo estudio, los mismos planos, todo, en Leticia, yo le decía a la gente “hermanos, están dejando morir la estación en Medellín que es una comunidad que necesita , hay dos municipios que son Leticia y Puerto Nariño” un representante a la Cámara fue donde el ministro y le dijo “Yo necesito montar un canal” me dijeron “Roy Marín váyase para allá” y les digo “no, es que todo está, ¿quién va a poner la plata? ¿Quién se va a venir a hacer la televisión?” ya no era Roy Marín el que se iba a echar la cámara al hombro y a editar. No aparecían los personajes, ¿sí me entiende? No había precursores de cada localidad. José Dangond, sí, él luchó su canal, pero era él de allá. Roy Marín no era de San Andrés y por eso todo el mundo me bloqueaba. Yo les dije “perfecto, hagamos Leticia, ¿quién va a patrocinar? ¿Dónde está el gobernador de la plata?” No, no apareció. En Arauca lo mismo, ya está Arauca, estuve allá. Desenganchamos aquí, con una microondas vamos al set, les abro el espacio. Y estaba el famoso canal de TeleCafé, que estaba en Manizales hacía 20 años y no les autorizaban la frecuencia que porque el canal solo era en Manizales, entonces yo fui allá y en esa época no había celulares, cogía aviones todos los días. Iba y hablaba con el de Pereira: gobernador y alcalde de Pereira. Arrancaba un carro que me prestaba una gente muy querida allá, que tenían una programadora de televisión que estaba al servicio del noticiero de esa época, que sí tenían televisión pero no tenían transmisión en una ciudad, ellos solo grababan y mandaban por microondas en Telecom. Se llamaban Televisar, que ahora hacen televisión médica, lindísimo. Karina está montando... Un especialista en Bogotá atiende a una persona en Leticia por videoconferencia. Operan por videoconferencia. Una verraquera de proyecto, ese hombre ha montado antenas por los municipios más extraños para la red médica. Eso es aparte de la red de televisión, hay sistemas ya privados que se están utilizando porque todo eso está... Yo digo “uy, todavía hay mucho por hacer, muchos municipios que necesitan televisión local.” Pero para eso hay que hacer coordinación, empujar, enseñar, dar ideas. Yo empecé a hacer las primeras transmisiones en Bogotá de lo que pasaba en las zonas. Yo llamaba a TA y “listo, le consigo un hueco en la cadena 3, mándemelo por microondas que lo vamos a sacar”, ya no era solo la emisión de Antioquia sino que se expandía a todas partes.

**D. G.** ¿Y qué tal la oposición de las programadoras?

**R. M.** Total

**D. G.** Del video que vi de la entrevista me parecía súper paradójico que el que había traído la tv pública se opusiera desde su posición de programador privado a los canales regionales...

**R. M.** Totalmente absurdo, pero uno se da cuenta de que él mismo cuando me oye se emociona, Fernando Gómez se emociona cuando yo le contaba con esa emoción que tenía en esa época, que es esta misma que tengo ahorita, 30 años después. Tal vez porque yo no soy colombiano raizal yo veo el país como una cosa...

**D. G.** No tiene el arraigo a un lugar particular...

**R. M.** No, entonces yo llego a Leticia y comienzo “camine hermano, vamos a voltear, hágale” y para mí eso es así, yo tengo un arraigo, yo soy de todo el país... Pero también me generaba problemas con las regiones, entonces los mismos gerentes de los canales se ponían bravos conmigo, y pedían mi renuncia. ¿Por qué? porque en esa época, cuando yo fui coordinador de canales llegó Darío Restrepo, que es el que está ahora en El Tiempo, director de Inravisión, como cosas que te cuento de anécdota: Darío Restrepo le hizo bien. Lo acaba de llamar el coordinador de San Andrés: “tengo que echar a Emilio \*, ese tipo no ayuda a la comunidad” habían pasado, yo había estado en el año 85, fui gerente en el noventa y pico, coordinador de canales regionales, me dice “tiene que ir a despedirlo usted” ¿y yo? “Sí, el que está acá hace su trabajo” Me fui a San Andrés y me dijo “Además se queda como director de la estación autónoma de San Andrés un mes, mientras yo consigo un reemplazo que me están consiguiendo” que fue un muchacho que había estudiado producción en Londres porque los raizales de San Andrés van a Londres a estudiar, ellos tienen muchos vínculos por esos apellidos

ingleses que ellos tienen. Periodista. Yo lo conocí allá, y a él lo nombran en la emisora. Yo no sé si hizo un buen trabajo o no, pero ese mes que yo estuve ¡Ja! Hice transmisión del 20 de julio, el programa de los pastores volvió a arrancar... Yo cogí esa estación, hermano y llamé a todos los amigos y les dije “Véngase que vamos a producir”

**D. G.** Ya no está el judío

**R. M.** Ya no está el judío, ahora es que es nuestro, tanto que desviaron el 20 de julio, que nunca subía a la loma, por primera vez en la historia la subieron a la loma para que yo pudiera transmitir en directo desde la estación. Me conseguí un cable largo para la puerta...

Y la comunidad se estaba bien, y ese señor llegaba a providencia. Y no es que “cuándo vamos a montar providencia?”

**D. G.** Pero me decía que se peleaba también con los gerentes regionales

**R. M.** Claro, con ellos la pelea es porque todos los transmisores de los canales regionales se ubicaban en Inravisión y no pagaban combustible, no pagaban arrendamiento ni energía, entonces le digo a la gente de Inravisión “Bueno, un momentico... se acabó este paseo, ellos tienen recursos, tienen que gestionarse ellos mismos, entonces díganles que les vamos a cobrar” Yo mandé a sacar todo eso, hermano... Y hasta ahí llegó mi relación con los canales regionales.

**D. G.** Y la propuesta de que se enlazaran siempre con la cadena 3, que por ahí la leí, no me acuerdo cuál era el agente de Inravisión que decía “hasta las 6pm lo de la cadena 3 era nacional, y de 6-11 eran regionales” para que la gente no fuera...

**R. M.** Pero eso no se logró...

**D. G.** Pero ¿por qué esa propuesta? por qué no querer soltar la posibilidad de las regiones que produjeran más libremente?

**R. M.** Claro, mira... Bogotá es Bogotá... Tú has vivido en las regiones?

**D. G.** Claro, yo soy de Cali, estudié en Medellín y viví en Santa Marta

**R. M.** Hermano, tenemos un recorrido muy parecido, y cada vez que uno está en esas regiones uno sube, porque el centralismo es una vaina increíble, muy arraigado. Es más, en esos canales desgraciadamente casi que viviendo de la chichigua y casi que debería ser proporcional al número de habitantes que la plata que recogen se entregue, pero no lo hacen. Ellos no han cogido el ponqué a decir “De lo que paga Caracol y RCN repartamos un porcentaje de acuerdo a la población y les redimimos unos recursos para que ellos puedan hacer su tv local”

**D. G.** Sí, la fórmula no es clara..

**R. M.** No, qué va a ser clara, si los 6 que nombraron aquí coordinadores de la ANTV son tipos con carros... Que se pelean esos puestos, gente que nunca ha estado en tv regional llega allá. Entonces yo me salgo de ahí, yo no vuelvo a trabajar en ese tema de la tv local ni nada, salgo de la coordinación, después me puse a hacer tv particular, a producir, Caracol me llama para que les haga una novela, cosa que no acepté porque me faltaron otra vez a pagar 3 pesos, que era hacer escalona, pedid por Sergio Cabrera, por haber hecho técnicas con él, yo con él me peleé en la película porque el tipo no rodaba al nivel de los gatos que necesitábamos, sin embargo cuando él le pusieron a buscar una persona dijo “lo hago con un tipo que se llama Roy Marín” Yo estaba haciendo un trabajo, y tú debes estar al tanto de qué se trata producir aquí en Cali... Yo monté un noticiero que se llama 90 minutos

**D. G.** Ayer hablé con José Vicente, que fue director 8 años de...

**R. M.** Pero te voy a contar cómo llego yo allá: En esa época me llama a mí un venezolano que era el esposo de una niña Palao, que eran los que manejaban la escuela Sarmiento lora, de Tuluá, que eran los duros, eran los que más plata daban en Focine, me llama y me dicen “necesito que te vengas a Cali, a Tuluá, a una finca y me diseñes una franja de tv” entonces yo me voy en mi R4, llego a Tuluá, me llevé un muchacho asistente mío de las clases que dictaba en la Javeriana, profesor de cine, y me llevé un productor con el que yo había trabajado cine, Quintero, el que más cine ha hecho en Colombia, productor de 50 películas, le dije “Vamos los 3 para una hacienda, que vamos a diseñar la franja” 90 minutos no era un noticiero de media hora, eran 90 min que les daban entonces yo diseño una franja de 90 min para TP, con un esquema que yo había visto en Francia y bueno, eso lo emitimos y todo, yo nunca lo produje, estaba Albert chica, uno de esos periodistas de Bogotá muy famoso que está por ahí siempre

**D. G.** Ricardo Chica

**R. M.** Sí, pero es que a mí me pagaban era por el documento : “usted lo diseña y allá lo entregamos al gerente y nos lo hacen, usted no participa en la realización para no tocar fibras en Cali” y sale el documento de esa experiencia de la creación de 90 minutos, no lo tengo por ahí en ninguna parte, por ahí para las hojas de vida por ahí pongo eso.. Me ha tocado mirar hojas viejas porque ya no me acuerdo. Y 90 minutos todavía está.

**D. G.** Veintipico de años...

**R. M.** Y en ese momento eran 90 minutos, no era la franja de 30 que tienen. Entonces metemos variedades, era todo un contexto al lado del noticiero, y el nombre sale de ahí.

**D. G.** Que ahí se asocia la fundación Carvajal también.

**R. M.** Sí, que estaban todos ellos, pero los Sarmiento Lora, que eran los de... Todo ese proceso de futbolistas también apoyaban con eso que era el venezolano esposo de la \*\*\*\* la heredera, la que heredó todo ese imperio. Con esa china nos entendimos muy bien, qué verraquera, eso me adoraba esa señora. Y me salió un trabajo bueno, y Cali aunque tenían mucha gente para producir, Mayolo y toda esa gente de Caliwood...

**D. G.** Ospina, Campo...

**R. M.** Ospina y todos esos, pero esos no eran de tv, yo tenía una visión más de tv pública. Y ese también ha sido mi fracaso de pronto en las cadenas de tv privada, sobre todo cuando le digo a Caracol que hay que hacer tv con contenido social, ellos con sus novelas de narcotráfico...

**D. G.** Usted con esa formación y esos referentes europeos cómo ve que aquí la tv publica se quedó ahí dependiendo tanto de las programadoras

**R. M.** Circo para el pueblo, es lo que quieren hacer ahora en los canales regionales, y eso no es ... Es todo lo contrario, el canal es la alternativa comunitaria, pero bueno, ahorita me pasa que me paso a una casa que es como a 10 cuadras, yo cargaba una caja de casete de 3 cuerdas, y me llama el gerente de TeleCafé. Él había estado en Canal Capital, un tipo de Manizales, y me dice “Roy, es que es el cumpleaños 20 del canal, ¿usted sabe si de pronto su papá o su mamá saben algo de la historia del canal?” porque mi papá era político de la zona ... “el que sabe eso soy yo, yo soy el que hizo ese canal” y me dijo “cómo así que usted me está diciendo eso, si aquí no hay ningún papel de eso”, le dije “claro, porque es que el canal arranca un día y yo estuve en toda la parte previa, logré el acuerdo: unir los 3 gobernadores, alcaldes de Manizales, llevo a Alberto Cano y a Darío Restrepo y les digo “aquí estoy”” a mí me tocó dejar a todo el mundo en la asamblea de Caldas, me dice “pues aquí lo que

nos va a tocar es hacer un partido de fútbol y a ver quién gana” y se decide entre cara y sello porque Samuel \*, el gobernador de Quindío lo convezno y me dice “sabe qué? yo no me meto en esa pelea, vamos a hacer lo que usted dice” yo le dije: “la propuesta es la siguiente: vamos a hacer un canal con centros de emisión en las 3 ciudades, conectado por microondas, que puedan realizar autónomamente cada uno, que sea gerente o no pues en la primera fase no es tan preocupante, porque de todas maneras tenemos que arrancar es desde un solo lugar.” No hay tecnología sino para montar de un sitio, sin embargo yo en una hojita con los periodos, se escogen dos sitios para transmitir: el nevado del Ruíz y el cerro del Gualí en Pereira, que no tenía nada. No había sido colonizado, eso tocó llevar energía, carretera, hacer la estación, poner unas antenas para cubrir Risaralda y la parte norte de Caldas y Quindío. Bueno, se hace el evento, se modifica la escritura en Villa María, un municipio al lado de Manizales, porque es que el canal se había creado hacía 20 años en villamaría, había que modificar la escritura y adicionar a los departamentos. Entonces se crea, y ahora que fui casualmente mi hija va y se mete en el garaje de un vecino y casualmente voy a sacarlo y el vecino era un diseñador, estaba trabajando en el garaje, y me dice “no, yo soy animador de comerciales” y volteo a mirar, y por allá botado al fondo una máquina de ¾, “¿y eso?” “no, eso son unas máquinas de Ecuador, están ahí botadas” “¿Y funcionan?” y me dijo “Sí.” y yo con una caja de casete que no había.... Le dije “¿lo conectamos?” Yo llego a TeleCafé, a la fiesta de los 20 años con el material inédito para ellos de cómo era que iba a hacer TeleCafé, porque es que cuando uno habla.... Esta revista me la encontré aquí, era el TVyNovelas de la época, de 1991... Pero el canal no sale en el 91

**D. G.** Pero ahí usted estaba en el cargo de Coordinador...

**R. M.** Y estaba hablando de lo que iba a ser Telecafé a cara y sello. Me invitan. Tu buscas a Roy Marín en Facebook, yo acababa de subir unas fotos y decían “creador de telecafé” y eso me hicieron un especial, fotos...

**D. G.** Nadie sabía que era el creador

**R. M.** No.. “usted no fue, eso fue Fulano o Mengano” ... Entonces les dije “ustedes saben cuándo se modificó la escritura de Villamaría?” “¿qué?” “ustedes saben que aquí se hizo un evento a cara y sello?” nadie sabía.

**D. G.** Entonces en papel TeleCafé fue mucho anterior a TP...

**R. M.** Todos, sí, si uno va y busca la escritura era un deseo obviamente porque en Manizales hubo una estación autónoma, como la hubo en San Andrés y Leticia, que desapareció cuando lograron conectar las microondas ... La tv local es un regreso a lo que fue al principio, lo que pasa es que la expansión y la centralización hizo que desaparecieran las iniciativas locales, entonces mandaban por microondas para los noticieros por ahí pedazos de noticias, eso era lo que se hacía, y por ahí de vez en cuando sacaban una unidad móvil y se iban para Medellín y lo sacaba así, pero sin una estructura. Con ese programa de Caracol con que trabajamos 6 meses yo viajé por todo el país llevando y trayendo imágenes...

**D. G.** Las cámaras no habían salido de Bogotá en muchos años

**R. M.** No habían salido sino para noticia... No para Esos programas culturales.

**D. G.** ¿Y de los canales públicos ninguno tiene?

**R. M.** Todos. De los chichipatos. Digamos, ese es un canal que ellos no tienen en ese formato todavía, las transmisiones sí lo hacen bien. Tienen muchos más canales, yo no sé por qué hay más canales de

Caracol pero es repetición y eso . Transmisión en radio, Caracol tiene Blu radio con la misma tecnología, RCN tiene radio que es de la tv pública, son los canales de VHF... Pelié con todo el edificio porque todo el edificio está cableado para tener señal pública... Hay una antena que se cayó y ahí estoy mejorando eso, porque cuando se quieran conectar a HDTV no va a tener antena. Hay que redimir todo el proceso...

Pero cuál es la pelea de hoy en día? que ahí dijo caracol “no le damos la señal”, no la están cargando. “Vamos y recuperen todos los edificios de los que ustedes quitaron el cable” y un día vino un señor que arrancó el cable y yo ya no estoy conectado a eso. Meter otra vez eso vale una plata porque todo el edificio dejó perder esa plata

**Entrevista a Germán Yances (G.Y.)**  
**Realizada en Bogotá el 15 de Mayo de 2015**  
**Lugar: Centro Internacional.**

**D.G.** Yo estaba mirando los anales del congreso de la Ley 42 del 85 y ahí tengo un vacío, porque cuando el Ministerio manda esa Ley en ningún momento habla de los canales regionales. Y parece que es en la discusión en el congreso cuando se comienza a meter el Nuevo Liberalismo, es como el que empieza a meter ahí el tema, pero no es algo que me atreva a decir porque se le reconoce a ese gobierno, pero en la Ley cuando exponen los motivos nunca hablan de la TV regional.

**G.Y.** De pronto en el debate apareció y quedó.

**D.G.** Exactamente, en la Ley sí quedó, ¿sí me explico? pero entonces casualmente la exposición de motivos de esa Ley es como de agosto del 84, no aparece nada.

**G.Y.** Digamos yo me voy como apartando mucho del tema de TV, pero yo recuerdo el antecedente inmediato de los canales regionales se da porque la tecnología está muy desarrollada, los satélites están llenos de señales, los equipos están cada vez más baratos, entonces con el acceso a la tecnología comienza mucha gente a hacer televisión local pirata, y comenzó el Ministerio como a ponerle atención y a cerrarlos y darles seguimiento, y en ese proceso no sé si en este proceso comenzó a aparecer, es posible, en el debate.

**D.G.** Sí, sí... Yo estoy en dos etapas, una primera que fue el seguimiento de prensa, revistas, que en esa época se daba, incluso hay unos artículos suyos, está como muy fuerte el tema de la descentralización pero nadie sabe muy bien cómo descentralizar la TV en ese momento.

**G.Y.** Se comenzó descentralizando en los noticieros... Primero se comenzó con un montaje, montaje y velocidad, comenzó la influencia y comenzó como a descentralizarse, y eso cogió mucha fuerza y las regiones comenzaron a reclamar presencia y su propio discurso y sí, es posible que sea así como tú dices, que la Ley no estaba y el debate comenzó a aparecer.

**D.G.** De hecho lo estaba rastreando porque el Presidente de la Comisión Sexta en ese momento era un señor de apellido Amador.

**G.Y.** Rafael Amador.

**D.G.** Amador, y él que es el presidente y el ponente de esa Ley es el que dice según los anales, que “el país está en un momento de descentralización, que está buscando apertura, por qué no otorgamos autonomía a las regiones para que hagan su propia TV” pero entre la exposición de motivos y la aprobación de la Ley salen los decretos de Belisario Betancur, los de presidencia.

**G.Y.** Digamos una visión muy centralizada era la visión de Bogotá, Bogotá tomaba las regiones y las interpretaba y las representaba, de hecho todavía en las telenovelas y los programas hay un hablado costeño que es de TV.

**D.G.** Muy desde la caricatura también lo regional...Pero entonces esa incapacidad de apertura cultural tenía que ver con un componente político, era un país bajo la Constitución centralista de 1886 donde todo estaba centrado, y abrir la TV era abrir espacio para las regiones.

**G.Y.** No olvides que cuando se abre se abre justamente cuando se cambia la Constitución, se abre en la Constitución del 86. Llega un momento en que... Yo le he temido mucho al fenómeno tecnológico, la tecnología está ahí, lleno de señales y la tecnología barata, gente capacitada, las parabólicas están

abundando el país de señales, entonces hay un momento tecnológicamente que ya era... De hecho habían montado su canal en Valledupar y ya caen para fregarle la cosa...

**D.G.** Y por ejemplo la posición de las programadoras nacionales a la TV regional; yo encontré en internet un video que me parece muy paradójico y es un debate de Gómez Agudelo, el que trajo la TV nacional, oponiéndose a los canales regionales, claro, él ya desde su posición de programador, que eso me parece la paradoja más grande de la historia de la TV Colombiana...

**G.Y.** Claro, digamos los intereses privados...las programadoras de entonces que se oponían a que se descentralizara, y haga de cuenta cómo fue ese proceso, que va mucho más allá, a que se descentralizara el origen de la señal. Tanto que al final se acuerdan los canales regionales pero no se podían comercializar. (...) el Estado siempre tiene el control y en eso también jugó un papel importante y muy fuerte.

**D.G.** Muy fuerte.

**G.Y.** Exacto. Ellos siempre tenían el control de la emisión. El único que operaba la toda la TV. Después de la Constitución del 91, Gaviria comenzó a romper eso y entonces fue cuando permitió que los noticieros emitieran desde su sede, y fue rompiendo el monopolio estatal en la emisión. Después aparecieron los canales... El sindicato de ACOTV siempre tuvo un sindicato muy fuerte, muy político, muy ideologizado que mantuvo el control de la emisión, y pues a él poco le interesaban los canales regionales porque ya perdía el control del sindicato sobre la producción.

**D.G.** Sí porque alguna gente de los canales regionales... decían que los de ACOTV desconectaban la señal, era casi que un sabotaje a las señales de los canales que no pasaban por INRAVISIÓN.

**G.Y.** Sí, claro, era una visión muy estatista de la TV, que el Estado es el único que puede cubrir, es más, es que venía desde un poquito más atrás, durante muchos años INRAVISIÓN tenía el control de la producción, o sea no se permitía estudio privado, eso en algún momento lo rompieron como el año 75 y fue que RTI y Caracol pues montaron estudio propio, pero el sindicato siempre fue muy enemigo del desarrollo del sector, es la verdad, defendiendo intereses particulares de los trabajadores, ellos frenaron el desarrollo.

**D.G.** Yo hablaba con un par de personas vinculadas al sindicato y ya con los años reconocen su cierre, pero era fuerte la oposición de ellos, y por ejemplo cuando ya ven que la TV regional no tiene reversa es que proponen, no sé si eso es del sindicato o el ministerio, que por el canal 3, de señal Colombia, la propuesta era que el canal 3 fuera nacional hasta las 6 p.m. y de 6 a 10 sea regional, porque como los canales regionales tenían que ser educativos y culturales y el canal nacional...

**G.Y.** No lo recuerdo, no sé si de pronto esa posición se hizo pública, Yo no la recuerdo. Que yo sepa no se discutió públicamente...

**D.G.** Eso se discutió en un foro que se hizo aquí en el CPB.

**G.Y.** Pudo haber sido pero... no salió el decreto.

**D.G.** Como era el sindicato ese era uno de los puntos que ellos llevaban a las discusiones públicas que se hacían pero no trascendió a la Ley.

**G.Y.** El sindicato se equivocó mucho y fue un freno mucho tiempo para la TV, y en las cosas importantes ahí sí no se presentaron, por ejemplo en el gobierno de Samper negoció el nacimiento de los canales nacionales el sindicato estaba perdido en otra cosa.

**D.G.** Defendiéndose a ellos mismos.

**G.Y.** Y es que la Ley 182 prohibió la privatización de los canales zonales. Luego de cumplir una serie de requisitos y condiciones se podían hacer nacionales, pero no nacían nacionales. En toda la crisis de Samper se expidió la Ley 337 del 96 y ahí se cambió que nacieran como nacionales, eso afectó mucho en la TV después, porque claro, cuando ya nacen como nacionales no dieron tiempo a que el canal UNO se ajustara a la competencia, muy tercicos. Si hubieran nacido regionales yo digo que un tiempo habría habido para que la TV misma se adaptara a la competencia.

**D.G.** Yo creo que es una observación importante porque bajo ese modelo nació muerta la TV pública al lado de los canales privados porque nacieron con todo el poder.

**G.Y.** Claro. No solo económico sino de emisión, de llegar a todo el país, autonomía en sus redes y en todo ese tipo de cosas. Además ellos... Digamos, había una integración vertical porque llegan los industriales y los anunciantes y eso es un fuerte peso.

**D.G.** Pero por ejemplo si uno le hace seguimiento a las Leyes desde la del 85 hasta la del 96 con una que hay en el 91 (la 14 del 91) uno se da cuenta que el Estado no tenía muy claro cómo hacer la TV ni la pública ni la regional tampoco, lo que usted dice, no se permitía comercialización pero al año se dieron cuenta que no se podía sin comercialización y hasta el 95 que se crea el Fondo para el Desarrollo de la TV, como que “hay un montón de canales pero no sabemos ni de dónde vamos a sacar la plata ni cómo lo vamos a manejar”.

**G.Y.** Sí, de todos modos la Ley 182 que es la que privatiza, en el fondo el modelo que está planteado son canales privados para hacer TV pública, son todos los tributos e impuestos que paga la TV privada y el cable es para financiar la TV pública, entonces a partir de esto ya ... Digamos, solo se puso en práctica desde el 95 que fue cuando se expidió la Ley, pero en la Constitución del 91 quedó planteada la TV privada y en el 95 ya quedó planteada en esas condiciones.

**D.G.** Si uno quiere ser riguroso uno podría traspasar la historia o la estructura de la TV pública nacional a la TV pública regional y uno comienza a encontrar ciertas similitudes, por ejemplo, la intervención o politización de la TV pública nacional, la dependencia a la producción privada, entonces hay como un paralelo y la pregunta es ¿será que nunca fuimos capaces de hacer TV pública realmente en Colombia?, si siempre intervinieron los políticos y siempre se creyeron dueños de la TV y siempre la producción se le delegó a los privados.

**G.Y.** Hay cierto paralelismo pero no es 100%, si tú ves la naturaleza jurídica de los canales regionales son empresas del estado de orden nacional y entonces en esta medida, en caso de Telecaribe son 8 gobernadores o 7, que son los dueños de eso, aquí simplemente era el gobierno nacional, el ministerio de comunicaciones. Pero digamos que todavía la definición que hay de TV pública es insuficiente para garantizar que se cumpla, hay unas cosas como muy abstractas, que se interpreta como quieras y además no hay nadie que las haga cumplir esas leyes, entonces el problema es que el panorama político es muy atractivo para la TV, privada como pública, de todas maneras le meten mano cómo pueden, por eso fue que se acabó la comisión de TV, porque el poder político no iba a permitir que ejercieran su autonomía, entonces la bombardearon por todas partes hasta que la envilecieron y terminó por ser eliminada. Eso aplica para los canales regionales, pero aún antes de los canales regionales ya en cada licitación los políticos tenían su noticiero; digamos la política metida en la TV siempre fue un hecho, y cuando llegaron los canales regionales evidentemente ya los liderazgos regionales se apoderan también de la TV y eso es dramático porque como está politizada, la gente que llega a hacer la TV no es gente que sabe de TV sino hoy es gerente de la licorera de bolívar, mañana gerente de la lotería y pasado mañana es el gerente de Telecaribe . Un poco ese era el juego y pasó muchísimo, eso mal formó la TV regional porque no fue suficientemente creativa y replicó los modelos de negocio y programación de la TV comercial y no desarrolló una identidad propia.



**D.G.** Eso que usted dice es por ejemplo que un día es director de la lotería y después de Telecaribe, ¿por qué nunca un ente nacional como en su momento la CNTV, la ANTV, por qué nunca intervino en eso?

**G.Y.** No podía

**D.G.** ¿Por qué no?

**G.Y.** Porque el que estableciera requisitos perfiles para ser gerente de los cargos administrativos, de hecho nosotros que somos un grupo, con un senador amigo presentamos el proyecto de Ley que por supuesto hundieron...

**D.G.** ...Sí, muy fácil hundirlo.

**G.Y.**...y a ellos les interesa que no se cumplan los requisitos para poder poner la gente que quieran. Para poder hacer lo que quieran y no perder el control.

**D.G.** De hecho en la Ley 14 del 91 hay un apartado que les da autonomía a los canales regionales para hacer sus propios estatutos, lo cual, desde fuera, me parece un paso adelante pero dos pasos atrás porque es una perversidad que un canal haga sus propios estatutos, entonces uno revisa los estatutos de Telepacífico por ejemplo y dice y que el gobernador Angelino en ese momento e Infivalle, que era socio del Ministerio de la ANTV y de la secretaría de hacienda, y el gobernador dice “yo intervengo ahí” entonces después fue Infivalle, Ministerio, ANTV o CNTV en su momento, un pues nombrado libremente por gobernador y el gobernador, entonces tiene 3 puestos de 5 y en los estatutos dice “la junta administradora puede deliberar con 3 de sus miembros y en caso de una vacante transitoria el gobernador es el que tiene el derecho a nombrar el gerente”.

**G.Y.** pero fijate eso... El poder político no está dispuesto a perder el control de la televisión, que es la que te moldea la opinión pública; la misma Comisión de TV, que era más o menos autónoma, con una autonomía difícil pero de 5 tenía 2 del gobierno, directamente escogía los puestos a dedo y en los otros 3 el gobierno intervenía por medio del mecanismo de elección. Era muy fácil para el gobierno hacer la mayoría.

**D.G.** Por ejemplo hay estatutos... Telecaribe, cada canal tiene como unas pinceladas de unos estatutos que habría que unificar; Telecaribe tiene por ejemplo concurso público para elegir su gerente, pero eso no garantiza nada porque a la última llegaron asesores que Kiko Gómez, por ejemplo. Teleantioquia por lo menos dice un artículo: “debe tener por lo menos experiencia de 36 meses en el campo” es un avance que Telepacífico nunca hizo, entonces allá llegan abogados, llegan los gerentes de la licorera del Valle literalmente; entonces es paradójico porque uno dice “la TV pública no importa” pero cómo los gobernadores y políticos sí ven la importancia de la TV pública, pero en general hay un imaginario de que eso no importa, no sirve y nadie lo ve.

**G.Y.** No, no creo... Eso pudo haber sido, yo creo que cada vez se es más consciente de la importancia de la TV pública, entonces pasa que para ellos también es una bolsa de empleos, hay unos cargos que son interesantes y se debe manejar contenido...Lo que pasa es que la ecuación y las cargas en la TV han ido cambiando: con la tecnología, tantas plataformas, los canales comerciales han perdido importancia... Bajan un poco más y se va equilibrando como con otras modalidades de TV, ya sea por el cable o Netflix o todas esas plataformas, entonces hay mucha competencia y yo sí creo que de todo ese reacomodamiento siento que hay un... Que la gente se siente representada, no lo suficiente pero hay un estudio, debió ser como el año 2000 2001 de lo que era la publicidad en TV, un estudio para evaluar las tarifas en los canales regionales, qué tanto representaban los temas, las estéticas, los personajes... Digamos, fue algo que en su mayoría tenían unas temáticas que no apuntaban a la región, fue una parte alarmante por eso.

**D.G.** ¿Sí? Pero por ejemplo en esa cultura de las tecnologías ¿usted cómo ve a la TV pública? porque socialmente es valorada pero tecnológicamente... si analógicamente les costó tanto, ¿digitalmente cómo será su supervivencia?

**G.Y.** Permíteme, vamos a olvidar el tema de los noticieros en los canales regionales porque ahí hay una cosa que es importante y es... Uno entiende que el congreso finalmente no lo ha valorado; escriben Leyes donde los textos son ambiguos deliberadamente para poder intervenir también, y ese es parte del negocio de ellos. Entonces en lo de los canales regionales yo nunca supe si fue deliberado o qué con los noticieros, y es que los noticieros deben ser licitados... Lo que pasa es que no me acuerdo el texto exacto de la norma en este momento pero todo eso, ya cuando yo estoy en el canal, el año pasado nos mostraron y yo me acordé de un concepto de TV de hace como 10 años que la autoridad de TV dio y lo aplicamos, y es que la interpretación era: cuando los canales regionales quieren contratar un show con terceros tienen que licitarlo, pero si lo quieren hacer ellos lo pueden hacer, pero la interpretación es bastante ambigua.

**D.G.** Ahí por ejemplo, Teleantioquia no licita noticieros, contrata cesión de derechos de emisión, entonces es muy diferente, el noticiero de mediodía es cesión de derechos y el de la noche lo hacen ellos; y Telecaribe sí licita y Telepacífico también licita, y yo alguna vez hablé con el último gerente de Telecaribe que salió, Iván Barrios, y le decía “¿por qué Telecaribe licita noticieros?” porque allá es un lío licitar, interviene la procuraduría, interviene todo el mundo para una licitación de Telecaribe ... “Interpretación de la Ley”, me decía él.

**G.Y.** Sí, así. O sea originalmente se interpretó como que los canales regionales tenían que contratar con terceros, pero no, podemos hacerlo y me parece justo que lo haga el canal.

**D.G.** Sí, pero por ejemplo Teleantioquia no licita un noticiero hace 20 años.

**G.Y.** En Canal Capital estábamos con Hollman (...) ese concepto viejo y si el canal va a contratar con un tercero tiene que hacerlo con licitación...

**D.G.** Sí, eso es así. Eso es de las tantas cosas que tiene ambigua la Ley de los canales.

**G.Y.** Claro, porque esas son empresas.

**D.G.** Y depende también de quién llegue a la gerencia y de quién esté en la junta administradora de los canales, porque hay una gente que es mucho más hábil para la interpretación de la Ley, lo que usted decía, si ponen un profesional de comunicación súper bueno pero la Ley le pasa por el lado y no es capaz de interpretarla o la interpreta de otra manera.

**G.Y.** Sí, es bastante lamentable el control que los gobernadores, vía la propiedad del canal, entonces...en el gobierno de Pastrana, siendo la ministra de comunicaciones (...) no me acuerdo, es rubia...Claudia de Francisco era la mujer de la alcaldía de Bogotá (...) y cuando Samper adjudicó los noticieros, entre 2 contratos a sus amigos políticos.

(...) Samper entonces se tomó la Señal Colombia y les dio los noticieros uno a Fallán, que era de su bolsillo, columnista de El Tiempo (...) y el otro se lo entregó al paisa este Fabio. Uno lo hacía Fabio y el otro Fallán, y era la instrumentalización de la información total. Cuando Samper termina su periodo llega Pastrana y dice “Nunca más habrán noticieros en SC (Señal Colombia)” entonces eliminan la información en Señal Colombia y así quedamos, y nadie más se ha atrevido, no sé si para bien o para mal, a poner de nuevo noticieros; yo creería que debería tener noticias.

**D.G.** ¿Señal Colombia?

**G.Y.** Sí, pero no manejado así, yo nombraría un comité independiente, que sea el que decida lo contenidos del canal, no solo en ese canal, algo más chiquito, que haya un comité editorial que sea de ciudadanos, sin distinción política, porque yo sí creo que todo el mundo tiene un sesgo: Caracol tiene un sesgo, RCN... de sus negocios, de su posición política, entonces yo creo que hace falta algo que sea más ciudadano y si vamos al deber ser y a la defensión real de la TV pública se pierde la ciudadanía.

**D.G.** En los canales regionales hay un defensor del televidente que digamos tiene una cuota participativa pero... Ni en consejo regional de programación ni en nada tiene...

**G.Y.** Digamos y la defensoría aquí, en este país tenemos la propiedad de que todo lo pervertimos, en principio la defensoría era una cosa chévere, el defensor del canal 13 era hace 4 o 5 años un DJ entonces era un tipo que ponía música y le ponían contrato y eso no sirve...

**D.G.** Pero por ejemplo una vez hice un seguimiento de los datos de rating, que pueden ser sesgados o no, pero uno ve que la televisión regional, al igual que Caracol y RCN va cada vez más para abajo en audiencia, porque digamos en un momento incluso cuando los canales privados estaban en auge que la gente era muy fiel a sus canales regionales, pero cada vez va mucho más para abajo.

**G.Y.** ¿Sí te parece?

**D.G.** Por dos razones: 1. por las opciones tecnológicas y 2. Porque las audiencias tienen su capacidad crítica interpretativa y se dan cuenta que eso termina siendo del gobernador, entonces Teleantioquia hoy es TeleFajardo y la gente sabe que es así, entonces la gente antes veía un noticiero y veía noticias regionales, pero hoy ve un noticiero y noticias de educación patrocinadas por la secretaría de educación de Fajardo y la gente se da cuenta de eso.

**G.Y.** Sí, claro...

**D.G.** Entonces entre lo tecnológico y esa instrumentalización no sé si va en decadencia o cada vez va a estar más difícil hacerla.

**G.Y.** Digamos yo no conozco y no tengo en perspectiva el universo de los regionales, pero hablo desde canal capital porque es el que maneja uno aquí... Y Canal Capital atraviesa un buen momento, con buenas historias (...) Hay días en que por ejemplo en la mañana llegaba a tener 1.6 – 2.0 puntos de rating, y es que J Mario (presentador de canal RCN) tiene 2.9 - 3.5, si uno en un regional tiene 2 o 1.9 es bastante decente. Por supuesto Canal Capital no era para todo, hay problemas soportables. Yo creo que ha faltado una mejor TV pública. Y lo que hablábamos ahorita, el hecho de que los gobernadores se apropian y los planes terminan siendo a 3 - 4 años, lo que dura el gobernador y llega otro y vuelve y arranca entonces no hay una proyección como canal.

**D.G.** Ahí es cuando digo que la situación es crítica porque la gente se va a cansar de ver TV de gobernadores. Por más que se meta plata los programas de la gobernación no son interesantes ni entretenidos.

**G.Y.** Digamos que lo nacional no es que esté mejor... Caracol y RCN, los intereses de ellos son diferentes...

**D.G.** Por ejemplo en Telecaribe se daba una discusión hace poco sobre la elección de un gobernador, la de Bolívar que siempre pelea con Atlántico por todo... El gobernador decía “es que yo quiero estar en el canal, yo soy dueño del canal, ¿por qué no voy a estar yo en el canal?” Es un argumento coherente.

**G.Y.** En los canales regionales se produjo el fenómeno de concentración que se daba en los nacionales entonces con mucho esfuerzo TC era de Barranquilla y punto, podía aparecer un momento Cartagena, pero fundamentalmente la parrilla era Barranquilla y así es TP....

**D.G.** ¿Y la financiación no está también en un momento que es insostenible el modelo? porque cada vez más tienen que acudir a las comercializadoras privadas; por ejemplo TA reformuló la estructura del canal, y ahora quedó al mismo nivel el departamento comercial con el departamento de programación.

**G.Y.** Pero fíjate en Canal Capital (CC), ni siquiera tiene departamento de comercial, pide recursos transferencia del Distrito que no sé cómo es el modelo ahí de negociación que tienen, y de la ANTV.

**D.G.** Por proyectos que es como se asignación de recursos.

**G.Y.** Exacto, le da como 5 mil y pico de millones al año para programación, y para renovación tecnológica otras cosas, pero aquí es básicamente de los recursos de la alcaldía; unos que son por transferencia directa y otros por venta de servicios y espacios. Pero yo siempre he defendido la idea de que CC tenga un dpto. Comercial.

**D.G.** No, no está mal, sino que hay que guardar unas distancias.

**G.Y.** Digamos yo no soy enemigo de la publicidad, me parece que es un tipo de información que uno como televidente necesita y agradece; ahora, esa es la publicidad diseñada de cierta forma, que no riñe con los contenidos del canal y que no somete a los contenidos del canal, digamos a mí sí me interesaría una publicidad de conciertos: qué hay en la Luis Ángel Arango, pues chévere o en el museo... Un tipo de productos y servicios que tenga que ver.

**D.G.** ¿Y con límites? de tiempo, emisión, inversión.

**G.Y.** Yo le pondría límite a todo en la TV, por supuesto, pero si no se la pones a los canales comerciales.... yo se la pondría a los canales comerciales, de hecho la TV en todas partes tiene sus porcentajes, es como el 20% del tiempo al aire, pero aquí puede ser el 100.

**D.G.** Aquí va más del 60 en los canales regionales.

**G.Y.** No, ni siquiera, el 100% puede hacer y los canales nacionales también; o sea tú ves un programa de televentas es un 100%; eso también desnaturaliza el servicio público porque la comercialización y el negocio avasalla lo que son los contenidos.

**D.G.** Parte del trabajo que quiero hacer es concreto sobre la TV pública en las regiones pero en realidad es el panorama de la TV pública en Colombia; pero la gran preocupación, y lo he insistido, es que yo no le veo mucho futuro en ese panorama a la TV pública, no solo porque se la están tomando los políticos, el cambio tecnológico, sino porque en Colombia nunca hubo una concepción de TV pública ni de quienes la manejan ni del ciudadano.

**G.Y.** Hubo un mínimo, o sea la medida en que los canales regionales cumplen con la misión mínima que es representar a su región más o menos... pero como no hay presupuesto ni talento ni administración calificada, terminan haciendo las cosas de mala manera, entonces TC hizo vallenato ventiao, un programa matutino que son concursos sin contenidos, hablando basura... Yo si pienso que tenemos es falta de autoridad.

**D.G.** Sí, total.

**G.Y.** Como la Comisión y la ANTV no tiene ningún poder entonces no hubo manera de regular eso, sin que se convierta en una cuestión de contenidos, pero finalmente la TV es servicio público que se está usando desde lo público y por eso el Estado tiene todas las facultades para incidir en los contenidos sin que llegue a vulnerar la libertad; puede tomar decisiones, escoger contenidos... En el pasado el concejo de TV, que ha cambiado de nombre muchas veces pero era básicamente eso, tenía una herramienta a la mano y es que hay un límite a comerciales por cada media hora y si tú hacías algo que quería, un programa cultural, te daban un minuto adicional, un programa de salud, otro minuto, que había un estímulo para fomentar ciertos contenidos. Pero si tú quieres ganarte esos minutos adicionales que son tu negocio pues mira el contenido, era un poco lo de RTI.

**D.G.** ¿Y la fórmula es imposible de cambiar, la de financiación, la del impuesto al ciudadano, qué se yo...?

**G.Y.** Yo creo que sí, porque yo solté la idea en el pasado, en el gobierno de Uribe, en algún momento se habló de un impuesto al televidente, para pagar la TV, pero yo creo que hoy es más fácil de entrar porque yo creo que hoy ya existe la cultura de pagar por ver TV, la gente paga PPV, Netflix... Hay una cultura de pagar por ver y creo que hoy día es factible en estratos 3, 4,5 y 6, pagar un tributo para financiar la TV pública, pero eso tendría que estar acompañado de un fortalecimiento de la TV pública en la parte legal, no puede ser que sea para despilfarrarlo.

**D.G.** Y también de ganar legitimidad en la TV pública, ¿yo voy a pagar para ver eso tan malo?

**G.Y.** (...) Y como una definición más clara, esto no es TV del gobierno, es TV pública.

**D.G.** Yo hablaba con una gente de INRAVISIÓN, porque llegó a tener un cargo llamado “coordinador de canales regionales”, que duró como 5 años, y había uno que quería tener un modelo alemán, que era que se unieran los canales regionales para hacer un canal nacional, que eso al final no sucedió, pero eso viene a cuento porque me parece que los canales regionales también se atomizaron y cada uno va por su lado y TA no tiene que ver con TP solo cuando van a dar las fiestas de las flores o blancos y negros... Como que los regionales no se vincularon.

**G.Y.** A mí no me parece que sea malo, porque cuando tú comienzas a unir los discursos de lo regionales pues volvemos a los nacionales; Si estoy en Cartagena pues me importa poco...

**D.G.** El tráfico en Cali, sí...

**G.Y.** Entonces Yo creo que está bien, más bien que pueden unirse y unificarse pero no lo hacen; en el pasado han hecho algunas telenovelas... pero como no hay gente experta en TV en canales regionales pues no son creativos y si la gente llega asustada y no sabe de TV simplemente repite lo que viene sucediendo; yo creo que debería haber una autoridad que ejerza sobre canales regionales y les haga respetar el concepto.

**D.G.** Una Ley nueva de contenidos audiovisuales, no sé cómo se llamaría hoy...

**G.Y.** No, yo pienso que algo que te defina en la TV pública.

**D.G.** ¿Pero hoy en día quién puede unificar eso? ¿La autoridad? ¿El congreso?

**G.Y.** De hecho estaba viendo que la OCDE de hecho está interesada de las cosas que está exigiendo es independencia de autoridad de los entes reguladores, porque como estaba como un ente autónomo pues tomó la cabecera...

**D.G.** Pero aquí parece difícil blindar esas instituciones de los políticos o sea por todo lado la permean de alguna manera.

**G.Y.** Son muy complicadas, por ejemplo yo conozco el caso perfectamente porque yo fui candidato a comisionado, es clarísimo como el gobierno tenía la herramienta... La reglamentación de la elección era para escoger su candidato.

**D.G.** O sea el ejecutivo podía reglamentar...

**G.Y.** Sí, por Ley, el gobierno nacional reglamentaba las elecciones; entonces cada vez que había una elección reglamentaba distinto, dependiendo a quién quería favorecer.

**D.G.** Y a la Comisión también llegó mucha gente de afuera de la TV, ese es otro rasgo histórico, siempre llega a la TV gente no asociada al medio, no se puede decir que un periodista va a manejar mejor, pero digamos gente con experiencia, con conocimiento del campo.

**G.Y.** Sí, pero realmente en la junta directiva hubo mucha gente que no tuvo nada que ver (...) y en la parte ya administrativa por ejemplo yo manejé el grupo de analistas de TV, había uno que era como físico, solamente había una comunicadora y era pésima, en un grupo como de 7 personas.

**D.G.** Pero bueno, estoy ahí en esa reconstrucción de la historia porque a mí también me parece que todo el mundo pensando en lo digital, en la tecnología... Pero no sé si mirando para atrás también nos podemos dar cuenta de cómo mejorar ciertas cosas porque la tecnología puede hacer grandes cambios pero la función social de la TV va a ser siempre la misma.

**G.Y.** Creo que lo tecnológico le va a traer a la TV pública muchos problema, porque va a quedar en desventajas porque bueno, ya la televisión como Caracol meterá 5 canales en su frecuencia y los puede vender pero la TV pública no tiene presupuesto para hacer eso, ¿qué diablos produce? TC si no puede disponer de un canal cómo va a poder con 3 o 4 entonces creo que la TV pública está llamada a no sé... pero tendría que replantearse...

**D.G.** Porque además nos venden como el gran cambio pero yo también soy partidario de que si les costó con un canal les va a costar con más señales.

**G.Y.** Ahora, ¿qué pasa más bien? Es que yo también creo que el gobierno no sabe para qué quiere la TV, es chévere, tengo imagen, sonido, y más señales... pero más señales para qué.

**D.G.** ¿Para mostrar qué?

**G.Y.** O para acabar los medios, porque fuera que las 4 señales de Caracol se vieran obligadas a entregarla a terceros, pero no, Caracol tiene 4 señales... Entonces va a haber más TV pero en manos de menos personas y empresas.

**D.G.** ¿Y la TV pública nacional resurgirá o ya definitivamente muere? Aparte de Señal Colombia que es el que tiene la mejor propuesta. Pero el canal institucional ya manos del Congreso.

**G.Y.** Pero eso fue concebido así para superar la crisis del canal A, cuando estaba en crisis por muchas razones se decidió que para no cerrar el canal se lo dio a uno que estaba pidiendo un canal...

**D.G.** Y el canal UNO con 4 programadoras.

**G.Y.** Que ahora lo van a... Pues si el Plan Nacional de Desarrollo se mantiene, ese canal va a ser privado, porque lo que logró es que el límite máximo del 25 que cada empresa podía tener allí se

elimina, entonces una sola empresa podía ser dueña de ese canal, y para eso es que lo están haciendo, para por esa vía hacer...

**D.G.** Porque por otra les fue imposible con el lobby de Caracol y RCN.

**G.Y.** Ellos se atravesaron y no nos dejaron.

**D.G.** ¿Y quién será? ¿NTC y CM& o qué?

**G.Y.** No, yo creo que Angulo.

**D.G.** ¿O sea que salen las 4 programadoras?

**G.Y.** Yo creo que ellos entran como socios.

**D.G.** ¿Colombia por qué siempre ha estado tan fuera de sintonía con el resto del continente en el tema de TV y los medios?

**G.Y.** Pero sabe que eso no es ni para bien ni para mal... Para bien creo que el hecho de que la TV Colombiana fuera distinta de la región permitió que la audiencia fuera más crítica. Tú recuerdas que en los años 80 eran basadas en nobel de literatura, Balzac... era importante mientras que los otros estaban haciendo otras cosas.

**D.G.** Uno cuenta la historia de la TV regional fuera de Colombia y por ejemplo Argentina, Brasil y México hay mucha sincronía entre ellos, siempre privada, el Estado haciendo TV educativa, pero no encuentra el sistema mixto ni la pelea de la TV pública en las regiones... No lo conciben.

**G.Y.** Era bastante particular lo cual a mi juicio fue una equivocación. El mayor argumento para desmontar la TV mixta es que esto no existe en ninguna parte, entonces ¿cuál es el problema? pues si existe aquí... lo desarrollamos y ha quedado lo justo... Desde el punto de vista del pluralismo es muy importante... Más allá que fuera político... Se ven 10 políticos... Ahora hay que saber si Caracol o RCN mayoritariamente ven CM& y chao (...) Entonces yo creo que ahí perdimos, el país perdió, como lo hizo perdió.

**D.G.** Sí... Yo no sé por ejemplo si eso se pueda leer de una manera perversa pero por ejemplo que el hoy presidente de RCN trabajó en INRAVISIÓN como asesor de un director del instituto que daba y el que terminó en el carrusel de la contratación también trabajó con Gerardo Reyes también trabajó con INRAVISIÓN

Y era el abogado de Caracol... Ahora, uno de los abogados de Caracol era José Dávila

**G.Y.** Lo peor de todo es que el argumento real de fondo para privatizar la TV no tenía que ver con el servicio sino con el negocio... Yo era muy amigo de Caracol cuando se volvió programadora y decía "No, es que necesitamos más espacio para hacer más telenovelas" ese era todo su afán, entonces no era el tema de pluralismo ni nada, querían más telenovelas, fue una decisión de negocio, en cuanto al servicio perdimos. Es más, cuando era el canal Uno, ya con 30 concesionarios o 20 programadoras (que en algunos se llegó a ver) eran 20 empresarios empleadores, entonces si tú eras periodista y no trabajabas con ellos era con el otro, había un mercado laboral importante para los actores. Ahora no, si no estás con Caracol entonces estás con RCN.

Mira, cuando la Comisión de TV yo estaba trabajando allá cuando fue adjudicada CityTV como canal local, Ardila Lule me invitaron a comer a su casa, y los comisionados me decía, "para qué más TV? ya con 2 ya es suficiente" y eso es lo que ha marcado al país siempre, esa política.

**D.G.** Cuando yo hablo sobre el servicio público tiene también que ver sobre la concepción de lo público en este país, no solo de la TV. O sea lo público siempre se entregó a los privados y la gente nunca se apropió de lo público realmente.

**G.Y.** Fue mal manejado siempre, había como un déficit de calidad, el producto no era revisado por el Estado... La concepción de lo público en lo Político.

**D.G.** Yo Leyendo eso, a mí también me parece absurdo que el Señor Gómez Agudelo que trae la TV encargada por el general, después monta la programadora privada y después se opone a la TV pública, eso no lo he encontrado en ningún documento pero es una perversión, no sé cómo nombrarlo...

**G.Y.** Es que aquí lo público lo manejan como si fuera privado, entonces las entidades públicas se las asignan a un político y el político la coge y tranza la política de él solito.

**D.G.** Y después sale y se pasa al sector privado para manejar el servicio que ha controlado.

**G.Y.** (...) Hay que buscar cómo se cierran esas puertas giratorias.... Yo creo que Colombia está en un momento ético muy complicado, porque es que tampoco puedes ponerle una Ley a cada cosa, hay cosas que son obvias, que son éticas y de principios...Pero aquí no

Es que aquí así exista la sanción se la pasan por el lado.

**D.G.** Y el gobierno ayuda a eso, entonces...(..).

**G.Y.** Que fue lo que pasó con la directora ahorita de la Autoridad.

**D.G.** No, peor con unas hojas de vida que necesitaban experiencia en telecomunicación y ella había sido de la junta directiva de ETB o no sé qué y le sumaron trabajo en telecomunicaciones.... Hablaba con el profesor Arismendi y él me decía que lo que pasa en Colombia es que no hay una masa crítica o una posición independiente que de ese debate, no hay una U pública que tome la palabra, las universidades privadas no lo van a hacer... No hay una oposición.

**G.Y.** Yo creo que el problema es que los medios ya tienen demasiado poder. Tú puedes pararte y decir lo que quieras pero ningún medio te va a escoger, y te tildan ... Ahora, las redes sociales que son los nuevos medios de comunicación en algunos casos son con defectos, todavía no es claro pero sí funcionan. Pero en los medios tradicionales ellos te invisibilizan o le ponen campaña negativa a lo que no les interesa. Entonces cuando tú propones o un congresista propone algo que a ellos no les conviene, no existe, lo acaban. Cuando el presidente de Caracol, Augusto López se iba al congreso y a cada senador le iba dando el papelito de cómo tenían que botar...

**D.G.** O sea todos tienen rabo de paja..

**G.Y.** ¡Todos! no sé ahora cómo sea, pero en esa época era una vergüenza. Manipulando el congreso...

**D.G.** Se tendría que dar como se dio en el resto del continente, directamente desde el ejecutivo y dando una pelea ...

**G.Y.** Hoy día yo pienso que los medios se han acumulado.. Tienen demasiado poder

**D.G.** Aquí no se podría hacer una Ley de medios... como prohibir la propiedad en diferentes medios, la propiedad cruzada, ¿quién para eso aquí en Colombia?



**G.Y.** (...)No, aquí nada se puede... Y los periodistas digamos que más fuertes, que además están en todos los medios, que tienen la agenda pagada y que manejan el discurso de los empresarios...

Nadie discute, tienen demasiado poder y tienen un rito... Cada vez que hay algunas cosas que le incomodan crean un rito de 100 emisoras, de 3 canales

Y mandan el lobby de abogados, el ejército de abogados....

Yo sólo sé que los regionales son necesarios y el Estado también está trabajando para fortalecerlos en esta reparación simbólica.

**D.G.** Yo tengo una idea que a mí me parece que los regionales son necesarios, reclamaron durante mucho tiempo una autonomía que se ganaron muy fuerte, que me parece que hoy es muy difícil romper la autonomía que tienen, que no es malo pero me parece que tienen demasiada.

**G.Y.** (...) Yo sé que lo de la autonomía sí es importante, habría que redefinir con más claridad la función y los marcos de la TV pública, de los canales nacionales...

**D.G.** Por ejemplo ahorita que usted hablaba del canal capital de las transferencias del distrito, las gobernaciones en los departamentos no hacen transferencias grandes... Pero qué hacen? Publicidad... Sí ve? la forma de llevar dinero y de optar el canal es otra, financiando programación, que es una manera mucho más sutil, porque uno va a las gobernaciones y no encuentra los presupuestos de publicidad, que deberían estar y decir cuánto se va para cada uno... Digamos es una manera mucho más sutil de la transferencia.

**G.Y.** Yo tengo atrasado ese tema de la publicidad como un subsidio de la TV pública, porque uno podría decir "no, están malversando un recurso..." Digamos, que ha sido tan efectiva si yo la pongo en un canal que no tiene audiencia, debe llevar el canal a que exista, y estoy malversando un recurso público; entonces yo tengo como esa dualidad y yo sí creo que hay que ayudar, pero no sé cómo hacerlo para que en justicia eso funcione... Acá no importa cuánto te vean sino el tiempo de pauta...

**D.G.** Sí, es mucho más equilibradamente habría que ver el tema de la publicidad oficial...

**G.Y.** Claro, usted la publicidad que está invirtiendo no es tan efectiva....

Y el manejo del ingreso del dinero en la publicidad...

Habría que ver como más ayudar..

A mí me parece que el cambio tecnológico es el que está dando la difusión pero en el fondo hay mucho más que el tecnológico en el tema de la difusión...

Lo importante son los contenidos, no tanto la tecnología... No la voy a menospreciar ni a despreciar, pero la TV se sigue viendo, y los dos van a coexistir... Llegan nuevos medios y estos comparten la audiencia y todo con los medios tradicionales, se acomodan...

**D.G.** Bueno, Germán, muchas gracias...

**Entrevista a Milcíades Vizcaíno (M.V.)  
Realizada vía Skype el 4 de Abril de 2015.**

**M.V.** ¿Cuál es la tesis central de su investigación?

**D.G.** Reconstruir lo que han sido los 30 años de la creación de la televisión pública regional. Hablar de la importancia cultural que tuvieron los canales regionales. Del contexto político en el que surgieron, los problemáticas económicas que han tenido que vivir. Esos son los principales objetivos del proyecto.

**M.V.** su trabajo se ha concentrado en Telecaribe, básicamente.

**D.G.** Los trabajos se hicieron fue porque yo trabajé un tiempo en la ciudad de Santa Marta, y en la Universidad de allá hicimos una investigación sobre el canal regional. Pero el objetivo de la tesis doctoral es hacer una historia que integre los tres primeros canales regionales que aparecieron: Telantioquia, Telecaribe, Telepacífico.

**M.V.** o sea, tener una visión más global de lo que han sido las televisiones regionales?

**D.G.** Exactamente! Y su opinión me parece importante para saber cómo desde INRAVISIÓN se vivió la llegada de los canales regionales. Qué participación tuvo Inravisión, ACOTV, porque parece que todo fue más hecho por el Ministerio de comunicaciones y que INRAVISIÓN no tuvo mucha participación

**M.V.** la discusión dentro de INRAVISIÓN realmente fue muy escasa. Por qué? Porque INRAVISIÓN era una extensión del Ministerio de Comunicaciones, y por consiguiente de la presidencia de la república. De manera que era una decisión, que se tomaba desde arriba hacia abajo. Y en la época de Noemí Sanín que fue cuando se hizo ese proceso a raíz de la Ley 42 de 1985, entonces se abrió la posibilidad de la participación de la comunidad. Pero entonces, la discusión era ¿cuál comunidad? Nosotros en Asociación Colombiana de Trabajadores de la Televisión ACOTV si planteamos y participamos en algunos seminarios que se hicieron, incluidos seminario con participación de la Asociación de anunciantes, de las programadoras, de los libretistas, de los actores; en ese momento había una agitación temática muy fuerte, muy interesante, porque las grandes programadoras que fueron después canales, o sea, Caracol y RCN, apenas habían sido adquiridas por los nuevos dueños a la TV, o sea, Julio Mario Santodomingo, Ardila Lulle, ellos estaban realmente recién ingresados en el medio, habían comprado cada uno esas empresas y la idea de ellos, fue siempre la libertad de canales. Ese fue un proyecto que se inició cuando la televisora Nacional, en 1962 prácticamente estaba quebrada. Lo mismo había pasado recién creada la televisión en 1954, a finales de ese mismo año, o sea, casi 6 meses después de la inauguración hecha por el General Rojas. En el año 55 se vivieron momentos de discusión sobre si era bueno continuar con la empresa que había organizado el general Rojas a nombre del Estado, o debía darse participación privada. De hecho lo que se hizo en ese momento para salvar la Tv pública, fue llamar a las empresas Caracol y RCN que venían de la radio, y ella organizaron una empresa que se llamó RTVC; caracol y RCN para hacer televisión, entonces, organizaron una sola empresa. Bueno, eso logro mantener lo que se llamó desde ese momento, el sistema mixto de TV, de ahí surgió ese sistema, o sea, trabajemos con el Estado, pero también con particulares. Entonces el general Rojas aceptó eso, solamente para salvar la porción que le correspondía al Estado, porque entre otras cosa, políticamente Rojas comenzaba su última etapa, que era la etapa de populismo, entonces se tuvo que plegar obligatoriamente a esas presiones externas, y eso garantizó que la Televisora Nacional continuara con radio y con televisión, con el Canal 8 que el único en esa época.

Más adelante cuando sale el canal 9 entonces, el 8 paso a 9 y el nuevo canal comenzó como 9, para no tener los dos canales adjuntos, porque en ese momento la tecnología, no permitía que los canales estuvieran juntos porque generaban interferencias. Por eso se separaron, y el Canal Uno, el primero, quedó como 7, y el nuevo como 9; pero no fue organizado por el Estado para el Estado, sino como un recurso económico para sostener el canal Uno y por eso se lo arrendaron a la señora Consuelo de Montejo. Un contrato que duró de 1965 al 1970 y con las presiones de las programadoras, pues ellas finalmente ganaron la pelea de que no hubiera un solo contratista, sino que se distribuyeran los espacios de ese nuevo canal.

De manera que esa salvación para INRAVISIÓN, y para los programadores fue en realidad un medio de desarrollo de la TV bajo lo que se llamó el sistema mixto. Sin embargo, había muchas cosas que los programadores aceptaban a regañadientes de la televisora nacional y del propio Inravisión, que eran las normas que se les imponían. Por ejemplo, había un control sobre el tiempo de comerciales, para que los canales no se llenaran de propagandas sino que ante todo fueran programas, y los comerciales se aceptaban como un recurso financiero, pero el objetivo de la Tv nunca fue la transmisión de comerciales. Entonces, cuando le comentaba que llegan los “cacaos” a la televisión, ellos desde el principio estuvieron interesados en revivir un proyecto de 1962 que era la libertad de canales. Incluso el fundador de la universidad de Los Andes, Mario Laserna, tenía una posición muy dura, muy crítica contra el negocio de la TV. Por qué es lo que va autorizar el Estado? Permitir que los programadores llenen la cabeza de los televidentes como quieren? Es decir, van a pensar en el negocio y no en la cultura, en la educación, en nada, solo en el negocio de la televisión. Eso fue una discusión bastante fuerte de Mario Laserna y finalmente terminó con el proceso histórico, porque recién llegada Noemí Sanín, el gobierno de Belisario Betancur, ella revivió el proyecto de libertad de canales; y la cosa avanzaba en el congreso, hasta que ella fue a defender su proyecto, y algunas voces le reclamaron a Noemí Sanín, ¿usted de qué parte está? ¿De parte de los programadores o de parte de los televidentes o a nombre del Estado? Entonces si como ministra viene a hablarnos de libertad de canales, quiere decir que usted está a favor de los empresarios de los canales, no, del Estado ni de los televidentes.

La cuestión resultó muy interesante, porque ese mismo día, se archivó el proyecto y nunca más apareció. A cambio de eso Belisario muy estratégicamente, diseñó con organizaciones incluso empresariales como la ANDA, un nuevo proyecto que fue el que comentábamos al principio, el de televisión para la comunidad, con participación de la comunidad, pues el Consejo Nacional de Televisión que se creó con la primera Ley de televisión, imagínese había pasado desde el general Rojas en 1954 hasta 1984 habían pasado muchos años, 30 años de tv, y no había habido hasta ahora ninguna Ley. Habían decretos con base en alguna ley que reorganizaba el Estado como el decreto 3267 de 1962 que comenzó en abril del 1963 para crear Inravisión, dar funciones educativas y control de la programación. Pero Ley como tal, que el Congreso haya discutido un proyecto de ley de televisión, solamente en la Ley 42 de 1985.

Esa fue una pérdida grande para los programadores, que nunca aceptaron que estuvieran miembros de la comunidad con el gobierno e incluidos ellos, y menos en los órganos de control, de programación de seguimiento de la TV, la instauración del Consejo de TV. De tal manera que en 1990 se presentó un nuevo proyecto de ley, que incluía nuevamente, aunque no directamente la libertad de canales, pero sí que hiciera una mayor participación de la empresa privada. Entre tanto, se había aprovechado las circunstancias para que Noemí organizara, desde el ministerio de comunicaciones, los canales regionales. Y es donde aparecen los canales regionales, bajo la idea de Belisario de cómo establecer dialogo entre las regiones y cómo fundamentar la cultura regional, pero no como narcisismo, con el énfasis en cada cultura, sino como un medio de afirmar su cultura pero poniéndola a dialogar con las

demás. Ese punto creo que todavía hace falta en los canales regionales. Precisamente una discusión que hubo en Inravisión fue cómo hacer para lograr un sistema que hoy en día es más fácil hablar de un sistema de Tv pública, para que hubiera esos intercambios de producciones regionales y se retransmitieran en los otros canales regionales; es decir, distinto al original; podría haber esos intercambios con mucha facilidad, eso creo que todavía no está muy claro a pesar de que hay un consejo de tv regional, a pesar de que hay un gran desarrollo de la televisión; pero mientras tanto, creo que los programadores particulares que cogieron su camino, como Caracol y RCN desde 1996 con la Ley 335 sobretodo, después de la 182, ellos ya lograron que se les reconociera, no como programadoras, sino como canales independientes, y ahí los tenemos absorbiendo gran parte de la audiencia en este momento. De tal manera que se convirtieron en grandes competidores del negocio de la televisión y de la audiencia.

Entonces los canales regionales no han diseñado, creo yo, una estrategia para defenderse ante esta competencia grande y desleal que es la tv, sino también para consolidarse cultural, social y políticamente en las regiones. A mi manera de ver, la televisión regional sigue siendo débil, sigue siendo frágil económicamente, vive de los recursos de la ANTV, hacen lo que pueden, pero no son realmente empresas sólidas, como se quisiera... comenzando porque sus audiencias son mínimas y reducidas, entonces cómo podría uno comparar esas audiencias regionales, que uno supondría puede cautivar mucho más fácil la audiencia, porque es lo propio, lo cercano, lo que los representa, sus ideales y representaciones sociales, políticas...

**D.G.** La realidad de los canales regionales es muy compleja, desde lo financiero, administrativo. Incluso el alcance que tienen, porque por ejemplo la ley de 1985 no es tan clara sobre cómo debe ser la estructura de los canales, por eso sale una nueva ley en 1991, luego de 1995, y así sucesivamente. Se modifican las forma de financiación, el uso de los recursos de la CNTV en su momento. Pero sí son canales muy débiles, sobretodo después de 1998 cuando aparecen los privados que comienzan a dominar el mercado de la pauta es cuando peor le va a los regionales. Otro problema aparte del financiero, es lo administrativo, cuál es su estructura, por ejemplo, la alta interferencia de los gobernadores en las juntas administradoras, eso se da en todos los canales. En esos sentido, yo quería preguntarle ¿por qué cree que se demoró tanto la regionalización de la Tv en Colombia? Hay antecedentes que desde la década de 1970 se estaba proponiendo tv en los departamentos, pero siempre fueron ignoradas o rechazadas por parte del Ministerio de Comunicaciones ¿por qué a diferencia de otros países hay que esperar 30 años para tv en las regiones? ¿por qué en Colombia ese proceso fue tan lento y difícil?

**M.V.** Yo lo que pienso es que Colombia se casó con el modelo de Tv mixta, y los programadores realmente nunca fueron grandes empresas, incluso los grandes PUNCH, RTI, Caracol, RCN que eran los de mostrar, en comparación con JES y con los demás programadores, no se encuentra un gran desarrollo empresarial, nunca se dio, incluso muchas salieron rápido del mercado de TV, por eso JES vendió todo lo que tenía, por eso de los viejos programadores que sobrevive es Jorge Barón que tiene mucha audiencias dentro del *Canal Uno*, pero los demás no fueron grandes empresas, ellos estuvieron cobijados por Inravisión.

Ahora Inravisión si fue un gestor muy grande de la tv regional, como le decía al principio, por orden del Ministerio de Comunicaciones. Lo primero que se hizo fue organizar un comité de trabajo, operativo que iba a velar por el montaje de los canales regionales, entonces los primeros ingenieros y técnicos se desplazaron a Teleantioquia, porque la orden era inaugurar Ya Teleantioquia, entonces, como pudieron llevaron equipos de Inravisión, se llevaron los técnicos, los ingenieros, montaron rápidamente los estudios, una torre de transmisión y desde ahí comenzaron a irradiar, primero a

Medellín, luego al Valle de Aburra y después se extendió; pero el papel de Inravisión fue clave en eso. Luego se le ayudó a Telecaribe, ahí hay una anécdota: nosotros trabajamos en el canal 3, en programación educativa y con muchos esfuerzos, se dio una discusión con planeación nacional para que el DNP contratar un transponder de satélite para el canal 3. Y se hicieron los contratos, ya nosotros estábamos felices porque por fin íbamos a tener cobertura nacional, no solo una cobertura para el centro del país. Y llegó el Ministro de comunicaciones que era de la Costa, entonces ordenó, que ese transponder de satélite era para Telecaribe. Desde ahí Telecaribe tuvo emisión satelital, o sea, que se ahorró muchas cosas de lo que hasta ese momento se hacía como las redes de conexión terrena. Y En el canal 3 seguimos con transmisión de microondas desde diferentes cerros del país, hasta que cuando se tuvieron más canales regionales entonces se pudo ampliar la red de transmisión del canal 3 (después conocido como Señal Colombia).

Esa fue la historia. Lo mismo pasó con Telepacífico, fueron varios ingenieros de Inravisión, incluso un ingeniero brillante que se llamaba Guido Mantilla se quedó en telepacífico. Y el mismo pasó con los otros canales... de manera que los poderes regionales entraron a la televisión. Y sería muy interesante conectar algunos trabajos que ha hecho la universidad de los andes sobre todo los de administración, que han estudiado mucho los poderes regionales, poderes económicos y políticos.

**D.G.** una de las hipótesis que manejo es que la lenta descentralización de la Tv en Colombia, tiene que ver con la estructura del Estado. Un estado centralista que posibilitaba poca autonomía y participación a las regiones. Y otra hipótesis es que la tv se da en las regiones que mayor influencia tenían dentro del Estado. Por ejemplo, no es lo mismo el poder de Antioquia frente al estado que el de los Santanderes. La configuración de los poderes nacionales y regionales condiciona mucho la televisión que se comienza a hacer. El hecho de que la tv regional se haya dado bajo un presidente y ministra antioqueña, por ejemplo.

**M.V.** Es obvio que los representantes de las regiones están presentes en la administración nacional. Pero a mí me queda una seria duda de lo que se ha venido diciendo y hablando, muy mal del centralismo Bogotano, incluido usted.... Porque en realidad, cuando viene un ministro de caldas, obviamente a él le interesa representar más su región que el nivel nacional... entonces aprovecha para ser obras para su región.

No es que haya un centralismo o excesivo centralismo, no. lo que pasa es que el manejo del estado, está atravesado por intereses nacionales y regionales, y entre esos dos polos se mueve el Estado. Qué le interesa al estado es un polo. Y el otro polo es lo que interesa a las regiones.

No sé si usted ha tenido acceso a los trabajo de Andrés Dávila Ladrón de Guevara de la universidad de Los Andes? Sobre poderes regionales.

**D.G.** Sí, alguna vez miré uno.

**M.V.** tengo en estos momentos en mi mano un libro que coordina Fernando Urrea con otros autores, y el título es innovación y cultura en las organizaciones de diferentes regiones del país. Es interesante porque habla de innovaciones en las tres grandes regiones del país. Es un trabajo muy interesante, podría ser de utilidad leer los canales regionales desde el punto de vista de la innovación.

**D.G.** En algunos textos de los que he leído, habla que cuando salen los decretos que autorizan los canales regionales, se acusó al Estado de improvisación, pues no se plantea muy claramente, cómo van a funcionar. Prohíbe la publicidad, la comercialización. Y son canales que salen con 4, 5 horas de programación... y aparecen las propuestas de hacer tv regional con la cadena 3...

**M.V.** de acuerdo. Porque en el consejo nacional de televisión estaban la ANDA, la UCEP, y ellos pelearon fuertemente para que la publicidad de las empresas particulares, que al estado no se le permitiera la publicidad, para eso tiene presupuestos. De manera que la fuente de recursos de los programadores era la publicidad, no para canales del estado. Esa me parece que fue una discusión que condicionó las normas dentro del consejo nacional de televisión, y eso obligó a los canales regionales a sobrevivir a penas con el apoyo de dineros públicos nacionales y regionales. Con los pocos recursos que los canales regionales podían levantar en sus regiones, pero no de la publicidad. Eso demoró mucho tiempo en asimilarse, precisamente porque lo que estaban haciendo con los canales regionales que eran para la educación y la cultura, es comercializar la educación y la cultura. Eran los argumentos de ese momento.

**D.G.** argumentos fuertes y que se sostuvieron durante mucho tiempo. Y por ejemplo, ACOTV que posición tenía frente a la descentralización de la TV.

**M.V.** lo que pasa es que nosotros venimos con una historia de identidad nacional, y de una sola identidad nacional entonces el peligro que se veía era como hacemos como hacemos para fortalecer telecaribe o telepacífico o cualquier otro canal, si ellos se van a apartar de la identidad nacional, todavía desde ACOTV no entendíamos eso de que la democracia no es una sola identidad nacional como se promulgo en los años 30... por eso desde la tv se proponía una cultura, que era bogotana, como pasó con series como Yo y Tu....donde se mandaba una identidad a todas las regiones del país, porque era la expresión de una identidad nacional.

Pero luego fuimos entendiendo, aunque muy tardía mente, más o menos después de los 90, cuando ya se cae el muro de Berlín, cuando ya la guerra fría se acaba. Viene la globalización, y finalmente venimos a entender que no tenemos ni debemos desarrollar una sola identidad, sino democracia e identidad más abierta donde todos quepamos.

A nadie se le ocurriría hoy afirmar que vamos a organizar una sola cultura nacional, hay que respetar las diversidades culturales y hemos venido aprendiendo de eso históricamente. Pero ya han pasado muchos años. Pero si se miran los planes de desarrollo nacional del frente nacional, se puede ver que en ellos se habla del desarrollo de una sola cultura y no se consideraban las expresiones y variedades regionales. Entonces eso lo aprendimos hasta ahora.

Ese punto me parece fundamental para su trabajo, porque hasta ahora yo no lo he visto desarrollado en ningún trabajo sobre televisión, salvo uno que le puedo dar la referencia ahora mismo... ¿Qué tan Caribe es Telecaribe? Una noticia de un periodista José David Pacheco

**D.G.** Sí, lo conozco. En ese sentido, usted considera que los canales regionales si han contribuido a pensar el país de una forma más amplia y diversa?

**M.V.** Yo sí creo. O sea, el énfasis que se reclama de las culturas regionales, de la participación de los departamentos, ha servido para la reafirmación de las regiones. Y yo creo que los canales regionales contribuyeron a despertar esa idea de la diversidad de identidades.

**D.G.** ¿Por qué cree usted que Inravisión fue paulatinamente perdiendo el rol protagónico en el manejo de la Tv en Colombia? Parecía que con cada ley que salía se le quitaban responsabilidades.

**M.V.** Esa historia es muy interesante. Inravisión, fue tan importante, fuerte y sólida desde antes de crearse, porque cuando en 1962 se puso en venta la tv. Qué pasó con los programadores? La única manera de salvar a Inravisión era pedirles a los programadores que ellos aumentaran sus contribuciones por los servicios que prestaba Inravisión, los valores por los arrendamientos de los

estudios, de todos los servicios y bienes que prestaba Inravisión, porque los programadores no tenían equipos, ni instalaciones. Solo tenían una oficina, no tenían persona técnico, ni estudios, ni cámaras, ni equipos... nada de eso. Entonces no se podía hacer un incremento de los valores a los programadores porque eso ya estaba pactado, entonces ninguno iba a aceptar.