

UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR

OFICINA ACADÉMICA LA PAZ



AREA DE COMUNICACIÓN

CURSO DE MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

2013

**EL SENTIDO DE LO PÚBLICO Y LO ESTRATÉGICO EN LA TELEVISIÓN:
EL CASO DE CANAL CAPITAL 2012-2013**

ALUMNA: MARIA ISABEL CORTES CORTES

Colombia

2013

UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR

OFICINA LA PAZ



AREA DE COMUNICACIÓN

CURSO DE MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

2013

**EL SENTIDO DE LO PÚBLICO Y LO ESTRATÉGICO EN LA TELEVISIÓN:
EL CASO DE CANAL CAPITAL 2012-2013**

ALUMNA: MARIA ISABEL CORTES CORTES

TUTOR: LUIS FERNANDO MARIN

Colombia

2013

Dedicatoria

*A los seres mágicos de mi vida...
A mis padres, que sin darse cuenta
infundieron en mi el camino de las disidencias,
a mi grandioso hijo que en su viaje por el mundo
vino a enseñarme el sentido de la libertad,
y a mi Jesús de Nazareth (el mago de mi universo),
por hacer todo siempre tan perfecto.*

Epígrafes

Creo que hay que resistir: éste ha sido mi lema. Pero hoy, cuántas veces me he preguntado cómo encarnar esta palabra. Antes, cuando la vida era menos dura, yo hubiera entendido por resistir un acto heroico, como negarse a seguir embarcado en este tren que nos impulsa a la locura y al infortunio. ¿Se le puede pedir a la gente del vértigo que se rebele? ¿Puede pedirse a los hombres y a las mujeres de mi país que se nieguen a pertenecer a este capitalismo salvaje si ellos mantienen a sus hijos, a sus padres? Si ellos cargan con esa responsabilidad, ¿cómo habrían de abandonar esa vida?

Ernesto Sábato "La resistencia"

La apuesta es la de construir desde las víctimas, desde los olvidados, desde los sin voz, pero como generadores de opinión, así como en su momento tuvimos a la presentadora transexual, aquí están los jóvenes, los indígenas, los afro, los sordomudos, los invidentes; aquí tenemos toda una lectura de país, inclusiva, que visibiliza y empodera a las víctimas como sujetos de derecho, no desde la lástima, sino como gente valiosa que le ha dado un legado a este país, que se la ha jugado como protagonista. Porque aquí nos acostumbraron a ver que la voz disidente es terrorista. No. Aquí estamos empoderando otras miradas pero con respeto. No es que me "toca", es que esa es la democracia.

Hollman Morris Gerente Canal Capital

Agradecimientos

Gratitud inmensa y afecto infinito....

A mis profesores de la Universidad Andina Simón Bolívar por sus valiosos aportes y en particular al profesor Erick Torrico por el tiempo invertido en conversar y revisar los primeros borradores de mi investigación.

A mi asesor de tesis, el profesor Luis Fernando Marín, por sus agudos aportes y su paciencia en la corrección de los textos, siempre acosado por la premura de mis tiempos.

A mis colegas y amigos con los que compartí algunas discusiones de la tesis y quienes con su saber, y su saber estar, me permitieron completar este trabajo, Marta Rizo, Iris Gómez, Nelly Tovar, Omar Martínez, Jorge López, Miguel Badillo, Jorge Iván Jaramillo, Edinson Silva, Sandra Osses, María Teresa Suárez, Chiaki Kinjo, Paola Niño, Ramiro Leguizamo y Diana Oliveros, y a todos aquellos que no menciono aquí, porque a veces falla la memoria, pero que con su presencia entrañable tuvieron la palabra amable, el contacto justo, o el aporte oportuno.

A Canal Capital y a sus colaboradores, por compartir sus experiencias y facilitar los diálogos, entre ellos por supuesto a su gerente Hollman Morris, que en medio de su agitada agenda dispuso del tiempo suficiente para conversar, y a las palabras y espacios de Antonio Morales, Fabiola Calvo, Margarita Pacheco, Alejandro Jaramillo y Grace Monserrat Torrente.

A mis estudiantes de la Universidad Central por la escucha atenta y el apoyo en las tareas logísticas necesarias para el trabajo de campo.

A mi familia maravillosa, que compartió conmigo este camino y me otorgó muchas horas para llevar a cabo este proyecto de vida.

Resumen

Los medios de comunicación, transformados en grandes empresas industriales, se constituyen en un escenario estratégico para la política neoliberal de apertura económica y la inversión en desarrollo tecnológico, y a su vez para erigirse como formadores de opinión y movilizadores de sociedades fragmentadas. No obstante, al margen de esta concentración mediática, surgen con fuerza experiencias distintas que se constituyen en mediadores de los procesos culturales de las comunidades. En esta investigación titulada el sentido de lo público y lo estratégico en la televisión: el caso de Canal Capital 2012-2013, se aborda el proyecto comunicativo de la "televisión más humana" y en particular de su franja de análisis, a partir de tres revisiones conceptuales: la resistencia comunicacional, la comunicación estratégica y la televisión pública.

El estudio demuestra que Canal Capital es un entorno estratégico que promueve un periodismo de reflexión y análisis, dando lugar a nuevos discursos mediáticos, más allá de lo superficial y lo efímero, en coherencia con una visión diferente del mundo y una posición crítica frente a las formas hegemónicas de narrar y enfocar la noticias. El abordaje temático se da explícitamente desde la perspectiva de las víctimas, reivindicando contenidos, formas distintas de pensar, e ideologías variadas, la mayoría de ellas por fuera del orden comunicacional imperante.

Con una perspectiva ética que recupera los valores de los grupos sociales, las comunidades y los ciudadanos distintas y diferentes, se coloca en el centro de la estrategia al ser humano, dando sentido y voz a los contrapúblicos y a los públicos subalternos, silenciados en los medios privados, o representados de manera sesgada.

Summary

The media, processed in large industrial enterprises, constitute a strategic scenario for the neoliberal policy of economic openness and investment in technological development, and in turn to establish itself as opinion makers and mobilizers fragmented societies. However, apart from this media concentration, arise tackles different experiences that constitute mediators of cultural processes of communities. In this research titled the meaning of strategic public and on television: Canal Capital for 2012-2013, the communicative project "more humane TV" and in particular its fringe analysis, from three conceptual revisions: the communication strength, strategic communication and public television.

The study shows that Canal Capital is a strategic environment that promotes journalism reflection and analysis, resulting in new media discourse beyond the superficial and ephemeral, consistent with a different view of the world and a critical stance to the hegemonic forms of narration and focus the news. The thematic approach is explicitly given from the perspective of the victims, claiming content, different ways of thinking, and ideologies varied, most of them outside the prevailing communications order.

With an ethical perspective that retrieves the values of social groups, communities and citizens distinct and different, is placed in the center of the strategy to humans, giving meaning and voice to subaltern counter-publics, silenced in the media private, or represented in a biased manner.

Tabla de contenido

Introducción	1
--------------------	---

Capítulo 1. El objeto de estudio	4
1.1. Problema de la Investigación	4
1.2. Objetivos de la investigación.....	7
Capítulo 2. Marco teórico: ¿quién se atreve a saltar fuera?.....	8
2.1. Primera matriz discursiva: resistencia comunicacional	8
2.2. Segunda matriz discursiva: comunicación estratégica.....	16
2.3. Tercera matriz discursiva: televisión pública.....	32
Capítulo 3. Marco histórico referencial:	
distintas maneras de actuar en el tiempo.....	41
3.1. Los 90, una década de contrastes y definiciones	41
3.2 . Canal Capital	46
3.3. Bogotá Humana	49
Capítulo 4. Marco metodológico: Herramientas para la acción.....	57
4.1. El enfoque epistemológico	57
4.2. Procedimientos y técnicas de recolección de la información	59
Capítulo 5. Presentación y análisis de resultados.....	87
5.1. Tipología de los discursos.....	87
5.2. Condiciones de producción.....	94
5.3. Materialidades y funcionamientos.....	99
Capítulo 6: conclusiones.....	108
Bibliografía	114
Anexos.....	122

Índice de cuadros

Cuadro 1. Valores éticos y principios de Canal Capital 2012-2016.....	54
.....	
Cuadro 2. Programación de la franja de análisis de Canal Capital	69
Cuadro 3. Meses de observación	73
Cuadro 4. Directores de los programas de la franja de análisis.....	77
Cuadro 5. Matriz observación directa no participante	83
Cuadro 6. Matriz de categorías teóricas (Materialidades y funcionamientos) ...	84

Índice de gráficos

Gráfico 1. Características ideales de una televisión pública	33
Gráfico 2. Categorías de análisis	87

Introducción

Los flujos conceptuales por los cuales decidimos transitar tienen mucho que ver con nuestros retos de vida. Más aún los discursos a los que nos afiliamos son justamente los signos de un repertorio propio, que adquieren consistencia cuando son enunciados por otros, pero que sentimos cercanos e íntimos.

Este proyecto de investigación es el resultado de esos recorridos conceptuales, experienciales, profesionales y vivencias personales en torno a la comunicación pero en su matriz más amplia, es decir, la comunicación que convoca, la comunicación que transforma, la comunicación que resiste al embate del mundo mediático industrial. Si bien hay múltiples estudios investigativos en torno a la contrainformación, la contrahegemonía, y la crítica a la dimensión mediática, son muy pocos los trabajos teóricos y prácticos, relacionados con la categoría resistencia comunicacional, y más aún en el ámbito de lo estratégico y lo público que bien consideran Negri y Hardt, el ámbito de y para lo común.

De ahí que existieron tres razones de peso para el abordaje de esta investigación:

La primera estuvo dada por el interés de analizar la estrategia comunicativa de Canal Capital, y cómo esta propuesta de carácter público, logra constituirse en un ejemplo de resistencia comunicacional, a partir de la defensa de los derechos humanos y la cultura de paz.

La segunda en un sentido más teórico, de aportar a la construcción de un pensamiento propio en América Latina en torno a la comunicación, desde “otras” posibilidades de pensamiento y “otras” prácticas mediáticas alternativas por fuera del eje hegemónico, entendiendo la otredad como el espacio del descubrimiento y el reconocimiento de la diferencia y lo diferente, y la diversidad y lo diverso desde marcos de significación distintos.

Y la tercer razón, por la necesidad de comprender la comunicación estratégica, no solo en el marco de las organizaciones y las empresas y por ende los discursos del poder, sino a partir de las dinámicas socioculturales que reconfiguran constantemente el sentido de los espacios sociales y en este caso específico los medios públicos, y que permiten dar cuenta de nuevas formas de pensamiento y acción comunicacional en las voces de los excluidos o los silenciados mediáticamente.

De acuerdo con lo anterior, la línea argumentativa del texto se organiza en 6 capítulos que responden a las necesidades teóricas y metodológicas de la investigación así:

En el primer capítulo se enuncia de manera precisa el objeto de estudio, el problema de investigación y los objetivos, de la investigación.

En el segundo capítulo, se presentan los abordajes teóricos y conceptuales que enmarcan la investigación a partir de la revisión de tres conceptos: la resistencia comunicacional, la comunicación estratégica y la televisión pública.

En el tercer capítulo, se propone un recorrido histórico y referencial de Capital Capital con sus distintas maneras de actuar en el tiempo, destacando su agenda mediática actual y el valor que dentro de ella tiene la franja de análisis. Sobresale en este apartado la contextualización que se hace del Canal, como un medio de servicio público que se apoya y se financia en gran parte, con los recursos del gobierno local, y bajo la voluntad de la Alcaldía Mayor de Bogotá y el Concejo Distrital.

El cuarto capítulo, corresponde a la ruta metodológica que se basa en dos aspectos claves: los principios epistemológicos que guían el diseño, (en este caso particular una perspectiva fenomenológica de carácter cualitativo) y la planeación de una serie de procedimientos y técnicas de recolección de la información, sistematización y análisis.

El quinto capítulo es la fase de análisis de los resultados, que parte de la revisión hecha a las prácticas discursivas que se dan en Canal Capital y en particular en la

franja de análisis, Este modelo (matriz) brinda elementos de juicio y criterios para la comprensión de la comunicación, y en especial la comunicación mediática, desde la perspectiva de lo diverso, lo diferente, lo disidente, y el contrapoder.

Finalmente, el sexto capítulo recoge el conjunto de interpretaciones finales y de conclusiones del proyecto, a partir de una ilación de los objetivos, y las categorías de análisis.

Capítulo 1. El objeto de estudio

1.1. Problema de la investigación

Los medios de comunicación hoy, cumplen un papel fundamental como difusores del pensamiento hegemónico en la cultura, y a su vez como mediadores en los procesos culturales de nuestras comunidades. Transformados en grandes empresas industriales, los medios se han venido constituyendo en escenarios estratégicos para los intereses de los poderes económicos, políticos y tecnológicos y así mismo en importantes formadores de opinión y movilizadores de sociedades fragmentadas.

La comunicación mediática tradicional y en particular la televisión, han estado orientadas a promover de manera persistente la acción individual, la creación del acontecimiento efímero, y la rapidez de la imagen, “el informativo televisado, expresa Ignacio Ramonet, estructurado como una ficción, no está hecho para informar, sino para distraer, porque la sucesión rápida de noticias breves y fragmentadas (una veintena por cada telediario), produce un doble efecto negativo de sobre-información y desinformación”.¹

A lo anterior se suma la fuerte concentración mediática que impide la existencia de un pluralismo informativo, y la posibilidad del público de acceder a variados medios de comunicación y contenidos. Una muestra de esta concentración a escala global se presenta en el informe mundial de la UNESCO 2010: Invertir en la diversidad cultural y el diálogo intercultural:

En 2006, las seis principales empresas ‘culturales’ transnacionales y multimediáticas - Disney, Time Warner, General Electric, Sony, Vivendi y Bertelsman- generaron ingresos anuales por un total aproximado de 320.000 millones de dólares de los EE.UU. En general puede decirse que en el sector de los medios de comunicación el poder está concentrado en unos pocos actores mundiales, como AOL, News Corporation, CNN, MTV y Google, además de los ya mencionados. Como es natural, las cifras mundiales del comercio de bienes y servicios culturales encubren amplias disparidades regionales, especialmente entre los países desarrollados y los países en

¹ Noam Chomsky e Ignacio Ramonet, *Cómo nos venden la moto, información poder y concentración de los medios*, Barcelona, Icaria editorial, S.A., 2002 pp. 90 y 91.

desarrollo.²

Por lo tanto, la comunicación de los medios se ha convertido en el ámbito en el que se despliegan las estrategias de poder y se difunden a escala mundial visiones de mundo, valores, estereotipos, en síntesis representaciones homogéneas y superficiales de la vida en general, formas de pensamiento cada vez más particulares y selectivas. Como bien lo expresa Manuel Castells, los medios de comunicación ya no son el cuarto poder, sino el espacio donde se crea el poder, la arena donde se disputa el poder contemporáneo, en donde se relacionan actores políticos y sociales rivales y por supuesto intereses diversos.

Al respecto el analista colombiano Omar Rincón hace la siguiente descripción de la televisión colombiana:

La marca Colombia en televisión está compuesta de telenovelas y series innovadoras que han conquistado el mundo, ausencia del documental y lo periodístico, experimentos infantil-cultural, exceso de humor-grotesco y, ahora, una próspera industria de producción para el mercado latino. Este es el resultado del duopolio (Caracol + RCN) que determina la industria de televisión privada y la inercia histórica de la televisión pública. En Colombia, en la televisión como en el fútbol y la política: *perder es ganar un poco*, y lo paradójico es que *con tan poco* vamos ganando.³

Bajo este panorama ¿qué problemas le atañen a la televisión pública?

No solo en Colombia sino en toda América Latina, se describe una realidad un tanto desoladora, la televisión pública sigue condicionada a los bajos presupuestos, a la dependencia gubernamental y a la idea de que lo cultural y educativo son de su resorte exclusivo, sin la posibilidad de ir más allá en un ejercicio político de la comunicación.

² Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura - UNESCO, *Informe Mundial Invertir en la diversidad cultural y el diálogo intercultural*. 2010. p.18.

³ Omar Rincón, "Colombia: Perder es ganar un poco", en *Zapping TV [El paisaje de la tele latina]*, editor Omar Rincón, Colombia, Fundación Friedrich Ebert Stiftung, 2013, p. 187.

Estos condicionamientos están articulados a una noción de lo público de larga tradición centrada en lo estatal y en las relaciones de poder. La esfera de lo público es la que domina y controla por que dispone de los elementos para hacerlo y donde la opinión pública está reservada a las élites. La televisión pública por tanto, se mueve entre distintas tensiones, por un lado, los intereses de cada nuevo mandato, por otro lado su dependencia económica y su poca posibilidad de hacerse a otros recursos de índole privado, al control permanente político y fiscal y finalmente a la competencia desigual con los canales privados en temas y apuestas comunicativas muy distintas.

En este sentido existen dos grandes intereses teóricos en esta investigación: el primero de ellos es el de revisar, leer y analizar las prácticas mediáticas y socioculturales que se dan en la televisión pública, tomando como caso particular Canal Capital, a fin de comprender su acción no solo social y cultural, sino su acción política; y el segundo, contribuir al campo académico de la comunicación desde los discursos de borde o de umbral, que dan cuenta de la posibilidad de resemantizar las nociones de lo público, lo estratégico y la resistencia en clave comunicacional.

Por lo tanto la pregunta de investigación que guía este proyecto es la siguiente:

¿Existe una propuesta comunicativa en la televisión pública de Colombia que resignifique lo público, lo estratégico y que haga resistencia comunicacional? El caso de Canal Capital 2012-2013.

1.2. Objetivos de la investigación

Objetivo general

Determinar si la propuesta comunicativa de Canal Capital 2012-2013, hace una resignificación de lo público, lo estratégico y lo hegemónico en la televisión pública de Colombia.

Objetivos específicos

1. Elaborar un marco teórico con las teorías específicas que sirven de referente para la comprensión discursiva de la resistencia comunicacional, la comunicación estratégica y la televisión pública.
2. Identificar la propuesta comunicacional que ha caracterizado a Canal Capital desde el año 2012 hasta el año 2013.
3. Establecer el contexto específico en el cual Canal Capital construye su estrategia y definir sus rasgos y características a partir de la franja de análisis.
4. Determinar las categorías de resistencia comunicacional, comunicación estratégica y televisión pública, que se promueven a través de los discursos y formatos periodísticos de Canal Capital, en particular en la franja de análisis.

Capítulo 2. Marco teórico: ¿Quién se atreve a saltar fuera?

No hay relaciones de comunicación que no sean,

Inseparablemente, relaciones de poder

Michel de Certeau

Este marco pretende analizar las conexiones posibles entre comunicación, estrategia y resistencia, y explorar a partir de ellas, las nuevas formas comunicativas, que se construyen al margen del paradigma dominante y que dan cuenta de “otros” relacionamientos y reconfiguraciones teóricas y prácticas en el mapa comunicativo contemporáneo.

El trabajo, por tanto, partirá del abordaje de tres concepciones: la resistencia comunicacional, la comunicación estratégica y la televisión pública. Es de aclarar que estos tres conceptos por separado, están referenciados en una bibliografía abundante y por lo tanto atravesada por posiciones distintas, unas veces complementarias, otras contradictorias, que hacen parte de nociones más densas como poder, hegemonía, enmascaramiento y contrahegemonía, nociones que no se analizan directamente en esta investigación pero que están imbricadas en el desarrollo del marco propuesto, y que se concretan en la observación de las estrategias de resistencia comunicacional en la televisión pública y en particular, en la propuesta comunicativa de Canal Capital 2012-2013.

2.1. La resistencia comunicacional

“No nos falta comunicación. Al contrario, tenemos demasiada.

Nos falta creación. Nos falta resistencia al presente”

Gilles Deleuze y Félix Guattari

Hablar de resistencia comunicacional, implica obligatoriamente indagar sobre las huellas y supuestos de la resistencia y reconocer sus rasgos en sentido amplio, y a partir de allí tratar de dibujar un mapa que ilustre los sentidos para esta investigación,

o como lo expresa Felix Guattari, tratar de dibujar la cartografía del deseo, intentar construir un nuevo tipo de representación.⁴

Este ejercicio de reconocimiento teórico por tanto se centra en dos perspectivas: la primera en la cual se comprende la resistencia como un acción inseparable del poder, a partir de la propuesta de Michel Foucault, quien aborda el tema de la resistencia partiendo de la reconfiguración que hace del poder; y la segunda, la resistencia como acción creativa, pero no en abstracto, sino llevada a la práctica por sujetos concretos que se organizan en red a partir de sus singularidades, lo que Negri y Hardt⁵ han dado en llamar la multitud.

Poder y resistencia son dos categorías que siempre han estado relacionadas, querer explicar la resistencia, conlleva explicar el poder, son nociones inseparables que se contienen mutuamente; a las fuerzas del poder se les resiste. Sin embargo hay que aclarar que no son asuntos que se oponen, o que tienen un carácter antagónico o conflictivo, más bien, tanto poder como resistencia se constituyen mutuamente, se estructuran y se desestructuran, sin que dejen de ser posibilidades en tensión permanente.

Las consideraciones de Michel Foucault en torno a la resistencia están estrechamente vinculadas con el tema del poder pero no desde la noción convencional que recae exclusivamente en el Estado y que se acompaña de la ley, la obediencia y la represión. Bien lo explica el autor en su texto *Microfísicas del Poder*:

Para mí, lo esencial del trabajo es una reelaboración de la teoría del poder... Me parece que con demasiado frecuencia, según el modelo que ha sido impuesto por el pensamiento jurídico-filosófico de los siglos XVI y XVII, se reduce el problema del poder al problema de la soberanía: ¿Qué es el soberano? ¿Cómo puede constituirse?

⁴ Felix Guattari y Suely Rolnik, *Micropolítica. Cartografías del deseo*, Madrid, Traficantes de Sueños, 2006.

⁵ Michael Hardt y Antonio Negri, *Multitud. Guerra y democracia en la era del Imperio*, trad Bravo Juan Antonio, Buenos Aires, Debate, 2004.

¿Qué es lo que une los individuos al soberano? En contra de este privilegio del poder soberano he intentado hacer un análisis que iría en otra dirección. Entre cada punto del cuerpo social, entre un hombre y una mujer, en una familia, entre un maestro y su alumno, entre el que sabe y el que no sabe, pasan relaciones de poder que no son la proyección pura y simple del gran poder del soberano sobre los individuos; son más bien el suelo movedizo y concreto sobre el que ese poder se incardina, las condiciones de posibilidad de su funcionamiento. La familia, incluso hasta nuestros días, no es el simple reflejo, el prolongamiento del poder de Estado; no es la representante del Estado respecto a los niños, del mismo modo que el macho no es el representante del Estado para la mujer. Para que el Estado funcione como funciona es necesario que haya del hombre a la mujer o del adulto al niño relaciones de dominación bien específicas que tienen su configuración propia y su relativa autonomía.⁶

Esta reconfiguración del poder que realiza Foucault, además de romper con las concepciones tradicionales del término, demuestra que éste no es un objeto individual, sino que responde a una relación de fuerzas que abarca los distintos ámbitos de la sociedad. Lo que realmente tiene valor en ese sentido son las relaciones de poder que atraviesan y constituyen el cuerpo social, el poder no es algo estático, no se posee, se ejerce, es un campo de múltiples relaciones sociales, donde por supuesto está incluida la resistencia. "Eso quiere decir, que en las relaciones de poder, existe necesariamente posibilidad de resistencia, pues si no existiera tal posibilidad –de resistencia violenta, de huida, de engaño, de estrategias que inventan la solución- no existirían en absoluto relaciones de poder".⁷

Cabe reconocer aquí que el poder, o mejor las relaciones de poder, están expresadas en múltiples formas de dominación que van desde la ideología, la economía y la cultura, hasta la vida cotidiana, de igual manera se mueven también con la misma fuerza, las resistencias, en la perspectiva de los dominados, "maneras de hacer" antidisciplinarias⁸ muchas veces como grietas o intersticios, que hacen que aquello

⁶ Michel Foucault, *Microfísicas del poder*, Madrid, Ediciones de La Piqueta, 1979, p. 157.

⁷ Michel Foucault, "La ética del cuidado de sí como práctica de la libertad". en *Obras esenciales III. Estética, ética y hermenéutica*, Barcelona, Paidós Básica, 1999, p. 405.

⁸ Michel de Certeau, *La invención de lo cotidiano. El arte de hacer*, México, Universidad Iberoamericana, 1996.

que se llama "orden" se resignifique; formas de contrapoder que una vez decantan en violencias, en formas distintas de desobediencia o de insurgencia y muchas otras, en posibilidades de diálogo o de transformación. Como lo expresa Boaventura de Sousa Santos, "siendo múltiples las caras de la dominación, son múltiples las resistencias y los agentes que las protagonizan."⁹

Por tanto el poder, al igual que la dominación, comprenden un conjunto de relaciones atravesadas por sujetos, discursos y realidades, un entramado en el cual las relaciones de poder coexisten con los espacios de las resistencias. Así como la red de las relaciones de poder concluye por construir un espeso tejido que atraviesa los aparatos y las instituciones sin localizarse exactamente en ellos, así también la formación del enjambre de los puntos de resistencia surca las estratificaciones sociales y las unidades individuales.¹⁰

Ahora bien, si poder y resistencia coexisten, son inherentes, están imbricadas la una en la otra, puede llegar a decirse ¿qué la resistencia también es una forma de poder? O, ¿qué por su condición antidisciplinaria, nace en las grietas que éste deja? o mejor aún, es la resistencia el poder instituyente?

En primer lugar hay que establecer que la resistencia no está dada en términos exclusivamente políticos o estatales, (representados en las formas tradicionales de dominación) sino que se mueve en los distintos ámbitos de la vida social: lo económico, lo ideológico, lo cultural y lo comunicacional entre otros, dando lugar a múltiples formas de resistir.

Para resistir se tiene que ser como el poder, tan inventiva, tan móvil, tan productiva como él. Es preciso que como el poder se organice, se coagule y se cimiente. Que vaya de abajo arriba, como él, y se distribuya estratégicamente.¹¹

⁹ Boaventura de Sousa Santos, *Crítica de la razón indolente. Contra el desperdicio de la experiencia*, Bilbao, Desclée de Bouver, 2003, p. 28.

¹⁰ Michel Foucault, *Historia de la sexualidad I: la Voluntad de Saber*, España, Siglo Veintiuno Editores, 1998, p. 118.

¹¹ Michel Foucault, "No al sexo rey. Entrevista por Bernard Henry-Levy", en *Un diálogo sobre el poder*, Barcelona, Altaya, 1994, p.162.

En segundo lugar, no necesariamente las resistencias van orientadas a combatir el sistema capitalista o a tomarse el poder político, sino a desarrollarse desde una perspectiva relacional de construcción de nuevos espacios comunes, que resulten decisivos para repensar, en sentido estratégico, una mejor sociedad. Desde el momento mismo en que se da una relación de poder, existe una posibilidad de resistencia. "Nunca nos vemos pillados por el poder: siempre es posible modificar su dominio en condiciones determinadas y según una estrategia precisa".¹²

Las resistencias responden a la pluralidad de sujetos y formas de ser en sociedad (étnicas, sexuales, culturales...), son luchas particulares y colectivas de orden estratégico, "maneras de hacer" disidentes, antidisciplinarias, formas de afirmación de la singularidad.

Este orden estratégico es el de construir una mejor sociedad que la existente, una sociedad emancipada de toda forma de dominación, opresión y explotación, y al mismo tiempo, una sociedad emancipatoria, es decir construida sobre bases, valores y principios que hagan real el ejercicio de la libertad y la autonomía.¹³

Resistir se constituye en una práctica productiva, más allá del deseo, que permite el despliegue, no de las distintas formas de sujeción, sino de las variadas maneras de ser, que luchan contra las tradicionales formas de control y normalización; y se reconfiguran como posibilidad estética y política, como nuevos modos de existencia alternativos y de subjetividades, como escenarios de reconocimiento del "otro" como un legítimo otro en la convivencia.¹⁴ En síntesis resistencias entendidas como espacios creativos para la transformación, acciones estratégicas que conllevan la redefinición de las actuales relaciones de dominante-dominado y de las relaciones a nivel comunicativo.

¹² Ibid., p.162.

¹³ Jaime Rafael Nieto, *Resistencia: capturas y fugas del poder*, Bogotá, Ediciones Desde Abajo, 2008, p. 239.

¹⁴ Humberto Maturana, *Emociones y lenguaje en educación y política*, Santiago de Chile, Centro de Educación del Desarrollo (CEO) Ediciones Pedagógicas, 1992.

Pensar por tanto la resistencia o las resistencias en clave comunicacional, implica necesariamente desenmarcarse de la llamada comunicación dominante, para abrirse a la posibilidad de construcción de nuevas prácticas discursivas y mediáticas, que superen los actuales modelos hegemónicos.

"Hoy sabemos que quienes controlan la comunicación, controlan una herramienta fundamental de poder, así de sencillo. Detrás de cualquier aparente ingenuidad socio-lingüística, se encubren intereses, tácticas de poder y conflictos ideológicos fundamentales, que atraviesan a sociedades marcadas por diferencias, contradicciones y antagonismos. No hay que hacerse expertos en la teoría de la "percepción selectiva", "disonancia cognitiva", "agenda-setting", "teoría del cultivo", o en comprender el papel de los periodistas como "gatekeepers"; es decir, individuos o grupos que tiene el poder de decidir si dejan pasar o bloquean la información; para comprender que existen filtros de selección ideológica hacia determinadas prácticas de comunicación (no solo contenidos y mensajes). Hay espirales de silencio y regímenes de visibilidad, la comunicación no es neutra, como tampoco lo son las palabras, los contenidos y mensajes".¹⁵

De ahí que la resistencia se constituya en una posibilidad de comunicación de "otra manera", cultural y política, que no tiene únicamente que ver con los discursos dominantes de los medios, sino con hacer de la comunicación un derecho y una herramienta para la transformación social. La resistencia comunicacional es entonces dentro de la estructura de poder, de carácter contrahegemónico y contrainformativo. No es un asunto llano de oponerse al poder o de ir en contravía, sino de asumir creativamente y con otra perspectiva la producción de la información y la interpretación y reconstrucción de la realidad. En palabras más sencillas es democratizar la generación de la información de tal manera que todos y todas puedan contar y escribir sus historias sin intermediarios, hacer del ejercicio una resistencia afirmativa.

¹⁵ Biardeau, Javier. "¿Contra-hegemonía comunicacional?". (5 agosto 2009): Online. Internet. 10 abril 2012. Disponible FTP: <http://www.aporrea.org/medios/a83758.html>

¿Entonces, qué implica una resistencia comunicacional de carácter contrahegemónico y contrainformativo?

El profesor cubano José Ramón Vidal, define la propuesta comunicativa contrahegemónica de la siguiente manera:

Es aquella que rompe radicalmente con los modelos transmisivos propios de la dominación y que tiene como horizonte el diálogo, la participación, la construcción de visiones compartidas, la generación de procesos políticos–pedagógicos que subviertan las formas tradicionales del ejercicio del poder y de la comunicación hegemónicas. La comunicación es contrahegemónica no solo por sus contenidos, sino por el modelo que asume, por el sentido que le da al proceso de comunicar, por los procesos de concientización, de cambio cultural que genera, de lo contrario, de alguna forma, inconscientemente no llegamos a ser realmente una alternativa a la dominación sino una nueva forma de ésta.¹⁶

Pese a la tendencia cada vez más en ascenso del monopolio en la propiedad de los medios de comunicación y por ende de la hegemonía en los mensajes, surgen dentro del marco de la sociedad capitalista, a manera de grieta o hendidura, "otras" formas posibles de construcción de la comunicación, que usando los instrumentos propios del sistema dominante, van edificando pequeñas resistencias y posibilidades de cambio. Muchas de ellas constituyen un entramado de nuevas relaciones, de creación de nuevos lenguajes, códigos y símbolos, y de inclusión de nuevos actores con voz propia, (organizaciones y movimientos sociales) que además de permitir la contextualización apropiada de los mensajes, resignifican la comunicación en su sentido transformador.

La vida cotidiana con sus avatares, se pone en el centro de la producción comunicativa muy por encima de los intereses de los medios, es la sociedad civil la que se constituye en sujeto de cambio social a la manera que lo propone Chantal

¹⁶ Vidal, José Ramón. "Por una alternativa de comunicación contrahegemónica". (2009): Online. Internet. 10 abril 2011. Disponible FTP: http://www.lajiribilla.cu/2009/n409_03/409_18.html

Mouffe¹⁷, quien reconoce que el disenso y la diferencia, así como el conflicto, son espacios de manifestación de la diversidad y de la homogeneidad del poder. Por lo tanto la resistencia de carácter contrahegemónico es un proceso que busca construir el poder pero desde abajo (John Holloway y Toni Negri), con prácticas políticas y socioculturales distintas a las que se reproducen dentro del modelo comunicacional de la dominación. Y construir implica crear desde las bases sociales para conectarse dialécticamente con los de "arriba" e impulsar cada vez más la transformación.

De manera similar se plantea la contrainformación, que es justamente la información no oficial sobre los asuntos de la vida social, económica, política, y cultural, que no pasan por los medios de comunicación tradicionales, o si pasan, están manipulados; y que generalmente reivindican formas distintas de pensar, e ideologías variadas, la mayoría de ellas por fuera del orden comunicacional imperante.

Según Armando Cassigoli "La contrainformación no es otra cosa que el mecanismo para estimular la conciencia crítica de los ciudadanos con el fin de empujar, a la vez, su participación en el proceso histórico que viven".¹⁸ Es por ello que las prácticas comunicacionales contrainformativas se constituyen en acciones de resistencia, en espacios de creación de sentido donde además de la convergencia de las distintas posiciones, se da lugar a la construcción de realidades alternativas y de una esfera pública distinta donde tienen cabida lo que Nancy Fraser ha denominado las "relaciones interpúblicas", es decir las interacciones entre los diferentes públicos.

Los miembros de los grupos sociales subordinados -mujeres, trabajadores, personas de color, gays y lesbianas- han comprobado repetidamente que resulta ventajoso constituir públicos alternativos. Propongo llamar a estos públicos, contra *públicos subalternos* para indicar que se trata de espacios discursivos paralelos donde los miembros de los grupos sociales subordinados inventan y hacen circular contra-discursos, lo que a su vez les permite formular interpretaciones opuestas de sus

¹⁷ Ernesto Laclau y Chantal Mouffe, *Hegemonía y estrategia socialista. Hacia una radicalización de la democracia*, Madrid, Siglo XXI, 1987.

¹⁸ Armando Cassigoli, "Sobre la contrainformación y los medios alternativos" en *Comunicación alternativa y cambio social*, México, Premia, 1989, p. 63.

identidades, intereses y necesidades. Quizás el ejemplo más impresionante sea el del contra-público subalterno feminista de finales del siglo veinte en los Estados Unidos, con su abigarrado conjunto de revistas, librerías, editoriales, redes de distribución de películas y videos, series de conferencias, centros de Investigación, programas académicos, congresos, convenciones, festivales y lugares de reunión locales.¹⁹

Resistir en el campo mediático a través de la contrainformación, es permitir la multiplicidad de relatos y descripciones de los hechos, la circulación de contenidos distintos y la comunicabilidad de variadas voces. La resistencia comunicacional es un asunto cultural donde los sujetos pasan de ser simples receptores pasivos, para constituirse en actores comunicativos, en nuevos emisores y nuevos receptores, en síntesis un proceso de la comunicación interactivo e interactuante.

2.2. La comunicación estratégica

*La comunicación es como el agua: penetra donde cabe;
como gota, insiste, y hasta horada la piedra;
como hielo, se convierte en glaciar y arrastra toneladas;
si se la quiere sujetar, rebalsa. También hace crecer.*

Raúl Coppa

La comunicación y sus distintas formas y posibilidades se ha venido construyendo más como un campo de conocimiento que como una disciplina. Partiendo de esta premisa la comunicación se constituye en un espacio cuyas fronteras se mueven constantemente en la medida en que los procesos sociales, políticos y económicos le imprimen una dinámica cambiante a lo social.

La comunicación ha dejado de ser un dato más para ubicarse en la centralidad de la cultura, pero también de la economía, de la construcción social en general, los llamados comunicadores sociales están necesariamente convocados a participar de

¹⁹ Nancy Fraser, *Iustitia Interrupta. Reflexiones críticas desde la posición "postsocialista"*, Santafe de Bogotá, Siglo del Hombre Editores, 1997, p.115.

la vida social como técnicos, como profesionales y como científicos sociales.²⁰

Esta reconfiguración de las bases epistemológicas de la comunicación ha tocado con fuerza lo que hoy se define como la comunicación estratégica, renovando las reflexiones teóricas de tradición instrumental centradas en la administración y el management, para otorgarle un significado sociocultural y un valor a la vida en colectivo, no solo desde el espacio relacionante sino desde el espacio de la transformación. “Todas essas novas configurações do ambiente social global vão exigir das organizações novas posturas, necessitando elas de um planejamento mais apurado da sua comunicação para se relacionar com os públicos, a opinião pública e a sociedade em geral”,²¹ de ahí que la comunicación estratégica se comprenda no solo en el marco de las organizaciones y las empresas, sino a partir de las dinámicas locales y globales que reconfiguran constantemente el sentido de los espacios sociales y por ende de los espacios mediáticos, en un mundo bastante complejo.

Para entender esta nueva perspectiva, que resignifica la noción tradicional de lo estratégico y a su vez redimensiona a la comunicación desde su sentido como espacio relacionante y transformador, se abordan los aportes conceptuales de tres autores; Rafael Alberto Perez, español, quien desde su texto, “Hacia una teoría general de la estrategia”, se aventura a proponer un cambio de paradigma en torno al papel de la estrategia en las nuevas configuraciones organizacionales; y dos autores latinoamericanos: Sandra Massoni quien concibe “las estrategias como principios de inteligibilidad y dispositivos de comprensión adoptados para interpelar la dinámica social, operando crítica y valorativamente en su dimensión comunicativa” y Washington Uranga quien plantea que la comunicación “se define por la acción”, es decir por aquella que se da en el escenario de las prácticas sociales, y en donde se va reconfigurando permanentemente la trama de lo social.

²⁰ Guillermo Orozco, *Al rescate de los medios*, México, Universidad Iberoamericana y Fundación Manuel Buendía, 1994, p. 22.

²¹ Margarida Krohling Kunsch, “Comunicação organizacional na era digital: contextos, percursos e possibilidades”, *Revista Signo y Pensamiento*, (Bogotá), 51 (julio – diciembre 2007): 40.

Para cerrar este apartado, se propone una reflexión teórica en torno a la comunicación estratégica en el contexto del disenso, aportando pistas a la matriz relacional, que si bien reconoce que las relaciones asimétricas exigen negociaciones y consensos permanentes y la apertura de nuevos procesos de co-creación y de articulación,²² se queda corta frente a la expresión de la diferencias, la polifonía de voces y la diversidad de experiencias.

Maneras de mirar el mundo

Rafael Alberto Pérez, plantea siete grandes cambios que redefinen las actuales formas de entender la estrategia, desde una mirada que sobrepasa lo economicista y se instala en lo transdisciplinar, es decir en la posibilidad de leerse y planearse desde la política, la cultura, la educación y por supuesto la comunicación.

Cambio 1. De la fragmentación a la complejidad. Esto implica un adiós al mundo lineal y estático, para adentrarse en un espacio dinámico de trayectorias. Es pensar en otro tipo de orden, en lo fractal, en lo que está entretejido, superpuesto. Entender que la realidad es un mundo fluido.

Cambio 2. Del actor racional al hombre relacional. El sujeto, es el centro de la estrategia. A la vez que se es ser humano, se es padre de familia, empleado, ciudadano, consumidor. Somos seres que interactuamos permanentemente, polisémicos, diversos, convivimos con lo racional, pero también con lo intuitivo y lo emocional.

Incorporar al ser humano a la teoría estratégica, nos ofrece la oportunidad de repensar la estrategia en clave relacional. Para empezar hablamos de un estratega que se sabe enganchado en la trama de relaciones como los otros participantes y que es

²² Conclusiones Finales del X Encuentro FISEC en República Dominicana 2011. www.tendencias21.net/fisec

consciente de que ninguna solución le será ajena ni al él ni a los otros participantes. De ahí la importancia del diálogo.²³

Cambio 3. De unidad de producción a sistemas de innovación y significación. Las organizaciones se constituyen en sujetos colectivos que responden ya no a una lógica vertical y jerarquizada, sino a sistemas insertos en lo cultural y en lo social y donde la innovación y la creatividad son los valores más importantes a explotar.

Cambio 4. De la ciencia del conflicto a la ciencia de la articulación. Se propugna por un cambio de enfoque de las relaciones entre los seres humanos que sustituya la violencia y la fuerza física por el diálogo, es construir la trama de las relaciones a partir de ejercicios de consenso y negociación que permitan una resolución pacífica de los conflictos. “Lo que nos lleva a modelos estratégicos basados fuertemente en la comunicación y el diálogo, algunos de ellos como los de la comunicación participativa.”²⁴

Cambio 5. De la economía a la comunicación. Se pasa de entender la comunicación como un proceso lineal e instrumental, para comprenderla como el espacio del encuentro de la interacción recíproca, más allá de los medios y en relación con los procesos culturales.

Para comunicar no necesitamos solo transcripciones, ni especializaciones en el análisis de códigos o mensajes mejores o peores en términos informativos. Necesitamos saber cómo hacer surgir nuevas significaciones compartidas. Nuestra tarea como comunicadores estratégicos no es lineal, es ver al otro como otro, para ofrecerle un camino cognitivo que es ante todo una oportunidad de transformación que el otro pueda y quiera tomar.²⁵

Cambios 6 y 7. Nuevas herramientas y nuevos modelos. Implican llevar a la práctica las nociones y las propuestas y plantearlas en casos concretos y formas de trabajo.

²³ Rafael Alberto Pérez y Sandra Massoni, *Hacia una teoría general de la estrategia*. Barcelona, Editorial Ariel S.A., 2009, p. 113.

²⁴ *Ibid.*, p. 118.

²⁵ Pérez, Rafael, *op.cit.*, p. 119.

Construir con otros métodos y metodologías un nuevo mapa de conexiones y en ellos nuevos flujos entre interlocutores.

Esta perspectiva de Pérez replantea la tradicional forma de entender la comunicación en las organizaciones desde una matriz meramente operacional y reconsidera su valor y posibilidad estratégica, subvertir las convenciones en correspondencia con los actuales debates sociales, la configuración del mundo y los nuevos modos de pensamiento y acción comunicacional. El proceso, por largo tiempo vigente, centrado en la emisión y distribución del mensaje, de carácter funcional, empieza a transformarse en un proceso de construcción de sentidos y de comunicación relacionante que obligatoriamente redefine también la tradicional noción de estrategia, enmarcada en el conflicto, para comprenderla como un espacio de articulación humana, de inter-acción.

La comunicación estratégica como espacio para el encuentro

La mirada de Sandra Massoni sobre la comunicación estratégica parte de hacer un abordaje multiparadigmático que da cuenta de la comunicación como un fenómeno complejo y constituido por múltiples determinantes. Al respecto plantea por tanto cuatro dimensiones del fenómeno comunicacional sobre el que operan distintas teorías y racionalidades:

La *dimensión informativa* que corresponde al campo de los procesos fácticos y da cuenta de la comunicación como un proceso de transmisión de información con una finalidad predeterminada. Las teorías que operan en la dimensión informativa describen datos homogéneos y correspondencias cuantitativas centrándose en los mensajes y su distribución, o sea, abordan a la comunicación como difusión de mensajes. Algunas marcas de racionalidad de este enfoque son la linealidad, verticalidad y comunicación operativa; mientras que el enfoque teórico que la contiene son las teorías de Communication Research.

La *dimensión ideológica* que corresponde al universo de los discursos y da cuenta de las formaciones culturales e ideológicas desde lo supraestructural. Las teorías que

operan en la dimensión ideológica describen los mecanismos y dispositivos de alienación y manipulación, las formas con que opera la ideología en la semantización de lo social, ya que aborda a la comunicación como aparato de reproducción ideológica. Algunas marcas de racionalidad de este enfoque son linealidad, segmentación, verticalidad y denunciismo; características todas de las teorías del Análisis Ideológico.

La *dimensión interaccional* que corresponde al campo de las motivaciones y da cuenta de la comunicación como un proceso de producción de sentido atravesado por interacciones personales y grupales que es necesario conocer para mejorar la efectividad de los mensajes. De esta manera, aborda a la comunicación como la producción de sentido a partir del vínculo con el otro. Algunas marcas de racionalidad de este enfoque son la linealidad, segmentación, horizontalidad y la interacción de sujetos. Aparece aquí una fuerte influencia de las teorías de la Dinámica de Grupos, y la Psicología Social.

Por último, la *dimensión sociocultural* que corresponde al campo de la comunicación como articulación social, como fenómeno social de encuentro, de puesta en común de los actores sociales/colectivos. Esta dimensión da cuenta de la comunicación como momento relacionante de la diversidad sociocultural y corresponde al campo de lo fluido. Desde aquí se aborda a la comunicación como espacio de construcción de la dinámica social, la cotidianidad de la producción de sentido. Algunas marcas de racionalidad de este enfoque son la heterogeneidad, multiplicidad, redes, comunicación como articulación de la diversidad social, como proceso complejo, situacional e histórico; mientras que las teorías de comunicación/cultura son las que dotan de un marco adecuado a esta dimensión.²⁶

La comprensión de estas dimensiones es un ejercicio demostrativo que hace la autora, para reconocer la heterogeneidad de enfoques y racionalidades en relación con la comunicación estratégica y abordar la comunicación como un fenómeno

²⁶ Sandra Massoni, *Estrategias. Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido*, Rosario, Homo Sapiens Ediciones, 2007, p. 74.

complejo y fluido. Complejo, en tanto presenta múltiples dimensiones (por ejemplo informativa, ideológica, interaccional, sociocultural); fluido, porque la dimensión comunicativa es una dimensión intermedia y como tal convoca un cierto movimiento, se ubica siempre a medio camino entre el fondo y la forma. No se nos presenta como lo dado, sino más bien como una inteligibilidad que resolver.²⁷

Bajo un mirada propia, una mirada comunicacional, Massoni le apuesta a una comunicación estratégica centrada en el encuentro a partir de dos aspectos fundamentales: el primero de ellos orientado a la transformación y al cambio y el segundo a la intención manifiesta de reconocer en el "otro" al sujeto de la comunicación. "Es justamente el sema de lo común, que reside en el *cum* lo que instauro o pone en escena por un lado, la dimensión de la alteridad y por otro a cierta acción respecto de la alteridad en la medida en que todo acto comunicativo considera movimientos que persiguen un propósito incluyente".²⁸

Estos aspectos superan de entrada, la dimensión meramente informativa de la comunicación y por ende operacional y ubican en el centro de la estrategia a los seres humanos; el sujeto es un transformador de su realidad, que se reconoce en la heterogeneidad sociocultural y que a la vez se piensa en colectivo. La comunicación en esta perspectiva se constituye en un proceso que conlleva el reconocimiento de la cultura y la existencia de nuevas modalidades organizativas, por fuera del margen de las instituciones tradicionales; la organización deja de comprenderse exclusivamente en términos de la empresa y se presenta como un espacio para la construcción de sentidos y la conexión directa con el entorno.

El asunto ya no es de adentro hacia adentro, o de adentro hacia afuera, es un campo de fuerzas compartido que requiere reubicar la comunicación de otra manera, más allá del activismo y más aca de la construcción de conocimiento social.

²⁷ Ibid., p. 45.

²⁸ Massoni, Sandra, *op.cit.*, p. 45.

As organizações modernas, para se posicionar perante a sociedade e fazer frente a todos os desafios da complexidade contemporânea, necessitam planejar, administrar e pensar estrategicamente a sua comunicação. Não basta pautarse por ações isoladas de comunicação, centradas no planejamento tático para resolver questões, gerenciar crises e gerir produtos sem uma conexão com a análise ambiental e as necessidades do público de forma permanente e pensada estrategicamente.²⁹

El enfoque planteado por Massoni replantea la categorías tradicionales y las resignifica en torno a una propuesta de intervención creativa de los procesos comunicacionales a saber:³⁰

- La comunicación ya no se piensa sólo como información, ni principalmente como una transferencia, sino como encuentro sociocultural.
- La comunicación es una relación intersubjetiva, un lugar vivo, habitado en las múltiples trayectorias de los grupos y sectores que comparten un territorio.
- La comunicación es un espacio de encuentro de la heterogeneidad sociocultural que se ubica en un registro que estudia lo colectivo desde una teoría de la subjetividad no dualista.
- La comunicación se entiende como conversación sociocultural y el diseño de estrategias es un camino cognitivo capaz de convocar a los actores relevantes en torno a problemáticas situadas, sobre las que se trabaja a partir del reconocimiento de las racionalidades comunicacionales existentes.
- La comunicación estratégica es un espacio de encuentro de los actores socioculturales, un momento relacionante de la diversidad.
- No hay mensaje sin intencionalidad sobre el mundo, ni mundo independiente de quienes lo miran, lo sienten y lo traen a la mano, como colectivos vinculados por una situación que los reúne y no sólo como sujetos.
- El sujeto no es un individuo sino una unidad heterogénea y abierta al intercambio. No una sumatoria de capacidades o propiedades, sino una

²⁹ Krohling Kunsch, Margarida. *op.cit.*, p. 40.

³⁰ Massoni, Sandra, "Comunicación estratégica: somos seres en-red-dándonos". FISEC-Estrategias. Edición 17. Volumen 1. Año V. Número 12. (2009): 24 pp. Online. Internet. 14 junio 2013. Disponible FTP: www.cienciared.com.ar/ra/doc.php?n=1119

organización emergente, que sólo se transforma en lo que ya es. Un devenir en las interacciones. Todos somos a la vez exploradores y explorados, sujetos y objetos, medios y fines. Somos transeúntes.

- El comunicador es un profesional con capacidad de interpelar la dinámica social, para operar crítica y valorativamente en su dimensión comunicativa.
- La especificidad del comunicador es generar espacios de encuentro como una búsqueda que se propone articular prácticas de comunicación y movimientos sociales.

Es así como la incorporación de la comunicación como un espacio estratégico de intervención en las dinámicas socioculturales compromete tanto las formas de actuar y vivir del ser humano, como todas aquellas acciones que sirven para organizar la vida social y darle múltiples significados, entre ellas, la experiencia, el entretenimiento, las rutinas, el tiempo libre, las percepciones del mundo, las expresiones artísticas, la diversidad, la creación, la estructuración del pensamiento, el lenguaje. Es ante todo, una mirada que rebasa la hegemonía de la emisión para centrarse en *el otro como otro* y no como "*otro para*". Reconoce que en un espacio social conviven múltiples y distintas versiones de lo real, que estos mundos de vida permanentemente interactúan y que, al hacerlo, construyen la dinámica social. Salirnos del corset de los mensajes para abordar el espesor de la comunicación³¹.

La estrategia de la acción

Tener un medio no garantiza tener una estrategia de comunicación, con lo cual se termina malusando el medio. Una estrategia requiere una mirada que sitúe a mi organización o a determinado actor social en el conjunto de la sociedad, que reconoce alianzas, que reconoce actores, que reconoce procesos

Washington Uranga

Otra perspectiva que complementa la nueva visión de la comunicación estratégica, la

³¹ Massoni, Sandra, *op.cit.*, p. 58.

desarrolla el profesor uruguayo Washington Uranga de quien se recogen dos ideas importantes: La primera que está referida a entender la comunicación por la acción “a través de nuestras acciones (que) vamos configurando modos de comunicación”³²; y la segunda orientada a pensar la gestión de la comunicación y su variante estratégica desde un sentido prospectivo.

El primer planteamiento de "La comunicación definida por la acción", ubica el asunto en el plano de las prácticas sociales, entendidas estas como prácticas comunicacionales. Este viraje reafirma la importancia que tiene hoy la comunicación por fuera del circuito exclusivamente mediático, dando lugar a los haceres y vivencias de la vida cotidiana, y por ende a la comunicación humana en su complejidad.

Las prácticas sociales son, desde lo comunicacional, “prácticas de enunciación” que se van construyendo a través de las narraciones, y mediante el desarrollo de habilidades y técnicas expresivas, un discurso que es entramado de la cultura y fundamento de la historia de vida de una comunidad.³³

Comunicar es entonces un proceso social de producción, intercambio y negociación de formas simbólicas, una construcción permanente del sentido que permite establecer su clave relacional, como también lo proponen Massoni y Perez. Es la interacción, la base de toda relación social, es decir que donde hay relación indudablemente hay comunicación, hay diálogo, hay conversación, hay prácticas discursivas a través de las cuales los sujetos comparten, aprenden, acuerdan y difieren. Y aquí cabe resaltar el énfasis puesto por Uranga a las prácticas sociales donde tienen lugar los "no dichos", estrategias de silencio, y por tanto estrategias de resistencia, que no se dan por oposición sino por precaución, ante una visión de mundo extraña y/o desconocida, que puede fracturar lo propio e incorporar lo ajeno y generar en sí mismo una resistencia.

³² Uranga, Washington, “Mirar desde la comunicación. Una manera de analizar las prácticas sociales: 18 pp. Online. Internet. 14 junio 2012. Disponible FTP: www.wuranga.com.ar

³³ Ibid.

Este giro de pensamiento, hace que la comunicación deje de concebirse como un instrumento, y una técnica en el ámbito de las organizaciones, llámense estas empresa, sector público, ONGs, organizaciones populares o medios de comunicación, y se piense a partir de su rol estratégico, es decir desde su accionar. Lo anterior conlleva a que las organizaciones pasen de ser simples entidades administrables y se constituyan en espacios simbólicos abiertos para el sentido y la colaboración, en espacios de relación, con nuevas posibilidades de conexión,³⁴ donde obviamente el centro de esta comunicación, es la persona con sus distintos universos cognitivos, visiones de mundo, cosmovisiones y culturas, y sus prácticas y acciones de socialización, en condiciones equitativas.

El segundo planteamiento en torno a la prospectiva, abre las puertas a lo que Uranga llama "soñar e inventar creativamente el futuro."³⁵ Si bien lo propuesto por el autor se ancla en lo metodológico y en los procesos de diagnóstico y planificación, cabe resaltar que la visión prospectiva parte de entender el acto humano como una conjugación del sentir, el pensar y el actuar, no es pensable el futuro como algo fortuito por venir o algo irremediable ante lo cual hay que doblegarse, sino como el ejercicio constante del deseo, la imaginación y la voluntad. Desde este contexto es fácil revelar algunas características esenciales de la *prospectiva* y de la *estrategia*: la primera, equivaldría a la actitud consciente de reconocer la libertad del acto humano, la cual mediante la reflexión sobre lo deseado, lo imaginado y lo posible, conduce a la definición de unos retos y unas rutas, a las que se denominaría estrategia orientadora de la voluntad y la acción.³⁶ Tanto la *prospectiva* como la *estrategia* hacen parte entonces de ejercer la libertad, puesto que anticipan y preparan para la acción: la primera dando sentido a la segunda; la segunda concretando y haciendo realizable la primera. De tal manera que actuar estratégicamente es también ir construyendo imágenes de futuro con espacios y escenarios para el cambio.

³⁴ Elina Dabas, *Viviendo redes. Experiencias y estrategias para fortalecer la trama social*, Buenos Aires, Ediciones Ciccus, 2006, p. 89.

³⁵ Uranga, Washington. "Soñar futuros para construir el presente: La comunicación prospectiva estratégica para el desarrollo". Punto Cero. Online. Internet. 21 agosto 2012. Disponible FTP: www.washingtonuranga.com.ar

³⁶ Francisco José Mojica, *Análisis del siglo XXI. Concepto de prospectiva*, México, Alfaomega, 1998.

Siguiendo este discurso Uranga propone a manera de caja de herramientas algunas estrategias de comunicación en el escenario público:

Estrategias de diversidad comunicacional, destinadas a generar espacios de libre manifestación de todas las voces presentes en la sociedad.

Estrategias de alianzas, que apunten a incluir todos los actores y todas las voces para que cada uno de ellos se exprese desde su realidad y su contexto particular. La legitimidad de las opiniones diversas se logra en el marco del debate y el consenso.

Estrategias de reconocimientos, conocimiento y producción de cultura, trabajadas sobre las modalidades de relación y las percepciones de los distintos actores.

Estrategias de producción comunicacional en clave cultural, buscando producir materiales culturales reconocibles por los diferentes interlocutores, validados y si es posible realizados por ellos mismos, que ofrezcan alternativa para reflexionar y actuar en torno a los problemas de la vida cotidiana y el desarrollo.

Estrategias de comunicabilidad, que involucren, comprometan e incluso capaciten a los autores de los materiales que se produzcan.

Estrategias de Educación/Comunicación, que trabajen sobre la mediación pedagógica y la comunicabilidad para llevar los aportes científicos y tecnológicos válidos para las necesidades de la comunidad.

Estrategias de identificación de medios y uso de canales alternativos, buscando generar los medios propios y adecuados para cada uno de los actores y mayores posibilidades de penetración en el sistema masivo.

Estrategias de bancos de información, que permitan la recuperación, almacenamiento y utilización de la información por parte de los actores normalmente excluidos de los circuitos.

La comunicación estratégica en clave relacional

Esta nueva perspectiva estratégica de la comunicación y su abordaje en las organizaciones, ha movilizadno solo los fundamentos teóricos de la comunicación, sino sus desarrollos de carácter práctico en dos sentidos:

1. La comunicación como espacio relacionante

“Desde la comunicación estratégica ya no hay un mensaje a transmitir sino un problema a resolver”

Sandra Massoni

“Diseñar estrategias es diseñar significados”

Marcelo Manucci

La comunicación centrada en la información se hace insuficiente para dar cuenta del mundo complejo y fluido circundante, donde las prácticas definen, transforman y reconstruyen permanentemente la trama de lo social, de ahí que se consolide una apuesta por la comunicación humana e interpersonal.

Si bien durante el siglo XX, los estudios en comunicación estuvieron dominados por el interés específico de los medios de difusión masiva, y en algunos otros casos por las teorías sociales, en especial los estudios sobre las industrias culturales, se asiste en el siglo XXI al despliegue y fortalecimiento de otros enfoques conceptuales, que han removido con fuerza el campo social, y aportado pistas, diálogos y rutas posibles para comprender la comunicación no sólo desde la simple relación mediada sino en el sentido de la vida social y por ende el mundo de las relaciones interpersonales.

Este giro en los estudios comunicacionales, ha estado principalmente orientado a: superar la visión mecanicista y lineal de la comunicación, y más aún la mera transmisión de mensajes, para aportar nuevos elementos de análisis que trasciendan los espacios de los medios y conecten al hombre con su mundo y con su red de relaciones desde un sentido más humano y colectivo.

Este cambio en la mirada epistemológica de la comunicación, conlleva a “pensar lo sociocultural e histórico desde los cuerpos, sus rituales y mitologías, y desde las

fronteras con otras especies”,³⁷ en síntesis pensar en la comunicación humana, construida por las interacciones, las relaciones sociales y los escenarios de la vida cotidiana. La categoría fundante es la interacción, desarrollada en principio por la Escuela de Palo Alto y el interaccionismo simbólico, a través de la cual la comunicación se constituye en un proceso de intercambio de subjetividades (de relaciones) y de construcción de sentidos.

Como lo expresan las palabras de Rosa María Alfaro:³⁸

La propuesta apunta a construir relaciones entre los sujetos protagonistas de la comunicación... relaciones que van a permitir que los involucrados produzcan y construyan sentidos de comprensión de sí mismos, de los demás y de la realidad, posibilitando cambios decididos por los propios sujetos. Transformaciones que tienen que ver con su propia individualidad y en relación con otros pero que apuntan a que la opción y decisión sean personales. Estas relaciones configuran redes de ciudadanos y comunidades, superando aquella dicotomía entre el proyecto individual y el colectivo. Se apela a que entre los sujetos comunicantes se tejan nuevos sentidos de sociedad, menos colectivistas y más democráticos, donde la conversación fluya y se configure como una actividad humana, social, cultural y política clave, en la acción de compartir y de ser personas.

2. La comunicación como configuradora de prácticas sociales

*"La vida cotidiana es fuente de
producción de sentidos, es lugar de comunicación"*

Washington Uranga

Toda forma de interacción social está relacionada con la comprensión del otro, hasta el intercambio más sencillo en la vida cotidiana requiere de una serie de

³⁷ Teresa Porzecanski, *Somos cuerpo: itinerarios y límites*, Montevideo, Ediciones Trilce, 2011, p.10.

³⁸ Rosa María Alfaro, *Otra brújula: innovaciones en comunicación y desarrollo*, Lima, Calandria, 2006, p. 98.

comportamientos y actuaciones que implican a las personas y que llevan a entender que los significados no se encuentran únicamente en los objetos, sino en las relaciones, es decir interacciones entre los actores y entre éstos y los objetos.

De tal manera que la interacción es un acto de comunicación, un acto de relación, lo que permite inferir que la comunicación es un "modo de acción", una forma de construcción de lo social y un activador del diálogo y de la convivencia entre los sujetos sociales. Por tanto la comunicación se reconfigura como proceso social, más allá del simple intercambio verbal, al explorar los marcos sobre las cuales se desarrollan las relaciones interpersonales y grupales, haciendo del contexto un elemento fundamental para el desarrollo de la significación y del sentido.

Sin embargo clave aclarar que no siempre hay una simetría entre las instancias emisoras y receptoras³⁹ y que las interacciones se dan en muchas ocasiones de manera desigual y compleja, donde la construcción de sentido se da en función de variados intereses y de quienes ejercen el poder. Por lo que las estrategias de comunicación son dispositivos de conversación y de encuentro de las alteridades socioculturales que apelan no solo a distintos sentidos culturales, sociales, económicos, políticos, comunicativos, sino que involucran múltiples subjetividades.

Esta reconfiguración de la comunicación estratégica no solo busca transgredir su tradicional operatividad y funcionalidad, sino pensarse y hacerse en medio de un mundo complejo y de contextos cambiantes, que conllevan otra definición de comunicación, de comunicador, de desarrollo y de estrategia.

La comunicación estratégica en clave de resistencia

*Toda la estrategia de una subversión inteligente
nunca tiende a apuntar frontalmente al poder y a oponerse a él,
sino a llevarle a ocupar la posición obscena de la verdad,*

³⁹ Uranga, Washington, Soñar futuros, *op. cit.*

la posición obscena de la evidencia absoluta.

Jean Baudrillard

Los aportes hechos por Perez, Massoni y Uranga re-ubican el carácter estratégico de la comunicación, otorgándole un papel preponderante a los procesos de interacción y de construcción de sentido, explicados ampliamente en el apartado anterior. No obstante, discurre paralelamente otra posibilidad de resignificación de la comunicación estratégica, todavía sin una conceptualización muy profunda, pero sobre la cual se hacen algunos apuntes en esta investigación.

Pensar la relación comunicación estrategia hoy, implica ir más allá de la acción instrumental de sentido eminentemente práctico e inserta en el espacio/ tiempo del mercado y de las tecnologías globales; pues lo que ahora emerge con fuerza son nuevos actores y nuevas formas de comunicación en el ámbito local/regional, que actúan con gran influencia global, haciendo frente a las redes mundiales de poder. Lo estratégico entonces, no solo deviene en el escenario del poder y de la dominación, sino que se corresponde con el discurso del contrapoder y de la resistencia.

Si bien es cierto que la matriz relacional comprende la comunicación como un espacio humano de encuentro y de transformación, que rompe en definitiva con la transmisión de los mensajes de carácter unidireccional, su mirada puesta exclusivamente en los consensos y en los acuerdos, deja deshabilitada la posibilidad de reconocimiento de las heterogeneidades y los disensos, y la creencia de una ciudadanía plural y activa.

Existe una 'demonización' del desacuerdo, que ha hecho mella en la mirada cotidiana de la gente. Es feo oponerse, estar en desacuerdo. En la familia, en los ámbitos educativos, no se discute: se impone o se vive bajo el consenso tácito. Formular desacuerdos es una tendencia disolutoria, la oposición es antipatriotismo. A esos extremos se ha llegado.⁴⁰

De ahí que la acción estratégica de la comunicación se constituya igualmente como

⁴⁰ Miralles, Ana María. "¿Por qué el miedo al disenso?" Online. Internet. 16 septiembre 2012. Disponible FTP: <http://www.rnw.nl/espanol/article/¿por-qué-el-miedo-al-disenso>

una acción política,⁴¹ a la que le compete por tanto reconocer el carácter conflictivo de la vida social, promover los distintos puntos de vista y potenciar las experiencias democratizadoras con sentido contrahegemónico. Esta forma de comunicación es un ejercicio del poder desde abajo, y “decir que la verdad se construye desde abajo significa que se forja a través de la resistencia y de las prácticas del común”.⁴²

La gestión del disenso implica por tanto, hacer posibles las diferencias, avivar el pluralismo, vincular la polifonía de voces (posiciones y contradicciones), construir bajo el nuevo criterio de lo público: lo común, y dar prioridad estratégica a la capacidad de agencia, es decir, a la acción política, de “ser” con otros y de “hacer” con otros.

2.3. La televisión pública

*“Ni comercial ni estatal, la radio y televisión pública tienen su única razón de ser en el servicio público. Es la radio y televisión del público; se dirige a cada persona en calidad de ciudadano. Fomenta el acceso a la vida pública y la participación en ella. Desarrolla los conocimientos, amplía los horizontes y permite que cada uno se comprenda mejor al comprender al mundo y a los demás. Su mandato no se limita a la información y el desarrollo cultural; también ha de alimentar la imaginación y divertir, pero con una preocupación por la calidad que debe distinguirla del servicio audiovisual comercial”.*⁴³

¿Qué se entiende hoy por televisión pública? Las nociones que discurren son variadas, dependiendo del actor o institución que las formula; las clasificaciones se orientan unas veces por el estatuto legal y la cobertura, (locales, regionales, nacionales) otras por la oferta, (cultural, universitario, social) y otras por el servicio

⁴¹ “La acción, con todas sus incertezas, es como un recordatorio siempre presente de que los hombres, aunque luego han de morir, no han nacido para eso, sino para comenzar algo nuevo”. Hanna Arendt, De la historia a la acción.

⁴² Antonio Negri y Michael Hardt, *Commonwealth: El proyecto de una revolución del común*, Barcelona, Akal, 2011, p. 135.

⁴³ Consejo Mundial de Radio y Televisión. *La radio y televisión pública. ¿Por qué? ¿Cómo?*, Quito, Oficina de Unesco, 2008.

que prestan (no comercial, gubernamental, comunitario, corporativo).

Según la UNESCO las características ideales de una televisión pública serían las siguientes:

Gráfico 1. Características ideales de una televisión pública



Gráfico tomado de: http://www.opma.gob.mx/img/tdt/principios_tv_publica.jpg

Sin embargo hay que aclarar que la televisión pública no es un asunto ligado exclusivamente a lo estatal, a lo educativo o a lo cultural, pues aunque su concepción indefectiblemente pasa por allí, no expresa en sentido amplio la constitución de lo público cuyas maneras de entenderse han variado en la contemporaneidad.

La llamada era “postmoderna” ha planteado cambios visibles en la forma de entender lo público bajo las siguientes premisas:

1. La existencia de una frontera borrosa entre estado y sociedad civil, entre acciones institucionales y reivindicaciones sociales, donde cobra un papel activo el ciudadano.
2. El surgimiento de una sociedad de la comunicación (Gianni Vattimo) que ha transformado los medios y ha permitido una explosión y multiplicación de las

representaciones, de las visiones de mundo, de los modos de conocer.

3. La emergencia de nuevos discursos de emancipación, nuevas identidades y nuevos sujetos antagonistas⁴⁴ (feministas, minorías étnicas, religiosas, ecologistas, gays entre otros)
4. La activación de nuevas miradas críticas que conllevan a múltiples formas de comprensión y explicación de la realidad (social, económica, política, institucional etc)

Estas condiciones de cambio dirigidas a la fragmentación de los grandes relatos y la pluralidad y diversidad de interpretaciones sobre el mundo, ponen en entre dicho la visión unificada de la esfera pública, de corriente habermasiana, al considerar que los medios de comunicación más que espacios públicos de orden armónico, son espacios de naturaleza hegemónica (propios de la burguesía⁴⁵), que no representan satisfactoriamente la complejidad del mundo actual.

Parafraseando a Nancy Fraser:

Contrario a lo expresado por Habermas de que la esfera pública burguesa debe ser un espacio discursivo en el que "personas privadas" deliberaran sobre "asuntos públicos", aquí hay en juego varios sentidos de privacidad y publicidad. Lo "público" puede abarcar, por ejemplo, 1) todo lo relacionado con el Estado; 2) lo que es accesible a toda la gente; 3) lo que es de interés para todos, y 4) lo relacionado con el bien común o el interés compartido.⁴⁶

⁴⁴ "La manera en que yo utilizo la noción de antagonismo tiene que ver con la relación amigo/enemigo, pertenece al nivel de lo que yo llamo «lo político».7 Esto no quiere decir que los conflictos en el campo cultural no puedan adoptar la forma de una relación amigo/enemigo, pero en ese caso dejan de ser culturales y se convierten en relaciones políticas". Expósito, Marcelo. "Pluralismo artístico y Democracia radical: Un breve intercambio con Chantal Mouffe". Acción paralela No. 4. Online. Internet. 20 junio 2013. Disponible FTP: <http://www.accpa.org/numero4/mouffe.htm>

⁴⁵ "A pesar de que la esfera pública burguesa estuvo basada en el principio del acceso universal, estuvo restringida en la práctica a aquellos individuos que tenían la instrucción y los medios financieros para participar en ella. Lo que, sin embargo, no se muestra tan claramente en la visión de Habermas es hasta qué punto la esfera pública burguesa estuvo no sólo restringida a las élites instruidas y propietarias, sino limitada además a un coto predominantemente masculino". Thompson, John B. "La teoría de la esfera pública". Voces y culturas No 10. Barcelona, (1996): 12 pp. Online. Internet. 20 junio 2013.

⁴⁶ Fraser, Nancy, *op.cit.*, p.122.

Por tanto, el encerramiento de la televisión pública exclusivamente en lo cultural y lo educativo o en lo regional y lo local, son una muestra notable de la desarticulación existente con las identidades y las ciudadanías emergentes, y la vida democrática del país. Todavía hay un temor velado a ofrecer una imagen mas coherente del pluralismo social, ideológico y cultural de las minorías, de los contrapúblicos y de sus contradiscursos, y de las necesidades y potencialidades informativas a nivel nacional y global, desde un sentido más político y ético. Como lo expresa Jesús Martín Barbero,

En un país como Colombia, donde la televisión privada ha abolido los debates, la opinión, los reportajes y donde los noticieros están terriblemente sesgados desde el punto de vista comercial, lo que necesitamos que nos ofrezca la televisión pública es información, debates, opinión, y crónica.⁴⁷

Es importante hacer de la televisión un espacio público en el que tengan lugar los antagonismos, se valoren las diferencias y se permitan la expresión y el sentido de las nuevas identidades que se están creando en las fronteras del mundo social, como un ejercicio resistencia comunicativa-creativa y donde la gente además de acceder a mucha información, tenga la posibilidad de mirarla reflexivamente y transformarla, una televisión donde sea posible encontrar los más diversos puntos de vista, y las más diversas expresiones de la ciudadanía.

Si queremos una televisión pública, tiene que ser innovadora. La televisión pública no puede ser televisión cultural. Tiene que ser televisión social, económica, política. Y tiene que posibilitar que la gente cuente sus historias, para que sean tenidas en cuenta a la hora de hacer cultura.⁴⁸

La televisión pública y la resignificación de la cultura

⁴⁷ Díaz, Martha y Peña, Jesús. "Diálogo con Jesús Martín Barbero: En la televisión pública debe haber más país". Revista Iberoamericana de Comunicación. Número 3-4 (Mayo –diciembre de 2010): 3 pp. Online. Internet. 5 agosto 2013. Disponible FTP: http://www.infoamerica.org/icr/n03_04/barbero.pdf

⁴⁸ Ibid, p. 5

Parafraseando de entrada a Arturo Escobar la cultura como estructura simbólica⁴⁹ es quizás la noción más frecuentada de este tiempo, albergando la creencia de que existe un mundo único que subyace a toda realidad, el universo. Esta dimensión simbólica ha determinado que la cultura sea un instrumento de intervención sobre el mundo y un dispositivo de poder, en torno a los lugares tradicionales donde se construyen y organizan los sentidos.

No obstante, Escobar plantea otra propuesta de la cultura,

Esta otra perspectiva postula la diferencia radical entre mundos, los cuales están, sin embargo, interrelacionados. Para darle visibilidad, proponemos el término *ontología*, siguiendo a Blaser (2010, 2011), como alternativa a *cultura* para dar cuenta de los complejos procesos de disputa entre mundos a los que asistimos hoy en día. Una concepción de ontología que permita múltiples mundos nos llevará, como veremos, a la noción del pluriverso.^{50 51}

Esta segunda noción de Arturo Escobar se basa en la posibilidad de pensar y vivir en una sociedad radicalmente diferente, donde la diversidad cultural se comprenda como la plena aceptación del otro desde la experiencia interpersonal de la otredad, el otro como el tú, no el otro como el ajeno o el extraño, en un ejercicio plural y relacional desde la diferencia. De ahí que uno de los desafíos de la televisión como espacio público sea el de conectarse con la vida cotidiana y con las experiencias de los otros, no simplemente en el ejercicio de transmisión diaria de discursos, sino en la construcción de nuevos sentidos y de transformación de lo simbólico.

⁴⁹ En la práctica muchos actores siguen entendiendo los procesos culturales como existiendo en un dominio auto- contenido («la cultura», «lo cultural»), con relación a «lo material» y a «la realidad» pero siempre en una posición secundaria a estas. Esto ocurre al hablar de cultura en términos de símbolos, al referirse a «la producción cultural» en las artes, al estudiar la cultura popular creada por las identidades híbridas globalizadas o en su relación con los medios, y en la esfera de la política pública dentro de la cual sigue predominando la concepción de la cultura como estructura simbólica. En otras palabras, este entendimiento de lo cultural se ha convertido en una especie de «sentido común» naturalizado. Escobar, Arturo. «Cultura y diferencia: la ontología política del campo de Cultura y Desarrollo. Revista de investigación cultura y desarrollo. (2012): p.1. Online. Internet. 5 agosto 2013. Disponible FTP: <http://biblioteca.hegoa.ehu.es/system>

⁵⁰ Pluriverso: Existencia de mundos o universos múltiples.

⁵¹ Ibid, p.2

El ecosistema comunicativo actual describe nuevas relaciones entre las tecnologías y las sensibilidades emergentes, nuevos modos de percibir, y de sentir, de oír y de ver, de reconocer y de representar, de ver televisión y hacer televisión, de pensar la cultura y poner la educación en televisión. Este ecosistema comunicativo obliga a pensar que la cultura hoy se refiere más a como los ciudadanos desarrollan una comprensión de su país que los capacite para ayudar a transformarlo, que a eventos de contenido artístico o culturalista, más a una televisión cercana a sus deseos de relatos y estéticas.⁵²

Los desafíos de la televisión pública

La reconceptualización de lo público y lo cultural, en relación con la televisión pública, implica una reconfiguración de su sentido y su accionar, no solo desde el punto de vista formal, a nivel estético, (géneros y formatos) sino desde el punto de vista de pensamiento, que redimensione estratégicamente la industria audiovisual hasta ahora más centrada en el consumidor, que en el ciudadano.

Bajo esta perspectiva pero sin ser la generalidad, existen canales que, pese a las limitaciones editoriales, tienen experiencias interesantes de programas de debate y de reportajes informativos y documentales, donde la actualidad y la coyuntura son asuntos analizados desde distintos puntos de vista y desde diferentes actores, generando un clima de confianza y de credibilidad. Estas experiencias además de renovar el lenguaje, para hacerlo más accesible a las audiencias, fortalecen los géneros de opinión y de análisis tan escasos en la televisión colombiana.

No obstante, la televisión pública aún tiene bastantes desafíos y retos que conseguir en una sociedad compleja, conflictiva y cambiante, caracterizada por una multiplicidad públicos y de contrapúblicos, grupos sociales e individuos con variados intereses, compromisos y posturas unas veces coincidentes y otras disidentes, y asuntos microsociales propios de la vida cotidiana.

⁵² Omar Rincón, "Hacia una televisión experimental y gozosa", en *Televisión pública del consumidor al ciudadano*, compilador por Omar Rincón, Colombia Convenio Andrés Bello y Fundación Friedrich Ebert Stiftung, 2001, pp. 276 y 277.

De ahí que en primer instancia el mayor desafío esté en impulsar una televisión pública democrática, entendida la democracia en sentido amplio no como un asunto en el que todo el mundo este de acuerdo, sino como posibilidad de expresión de los distintos puntos de vista, incluso desde el disenso, la construcción de un nosotros a partir de la diferencia.⁵³

“La televisión pública es un bien social que debe representar las legítimas diferencias político-culturales del país, en lugar de transmitir propaganda política gubernamental y asesinar simbólicamente al adversario”.⁵⁴ Es una posibilidad de acercamiento a las cuestiones de la vida cotidiana, y a sus dinámicas políticas, muchas veces en oposición al sistema dominante, y que se constituyen en estrategias de resistencia al poder en pequeña escala.

En segunda instancia otro gran reto es la búsqueda incesante de la autonomía, que le permita tomar la mayor distancia posible de las instituciones gubernamentales que la norman, a fin de garantizar su independencia económica y política, lo cual realmente es una ideal, pero puede lograrse. Implica superar las dificultades de la subsistencia para aportar más al desarrollo de la sociedad.

El tercer gran desafío es hacer de la televisión pública, un espacio abierto de compromiso ciudadano, en correspondencia con el pluralismo social, ideológico y político, y a su vez, fortalezca las relaciones del Estado con la sociedad.

La televisión pública debe trabajar en lo expresivo como estrategia, en lo ciudadano como proyecto, en lo experimental como experiencia estética y de identidad. Haciendo

⁵³ Como lo expresa Chantal Mouffe: “La especificidad de la política democrática no es la superación de la oposición nosotros-ellos, sino el modo diferente en el cual esa oposición se va a establecer. “Alteridades y subjetividades en las ciudadanías contemporáneas”. Revista Diálogos de la Comunicación. Felafacs. Online. Internet. 30 junio de 2013. Disponible FTP: [http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/75-revista-dialogos-alteridades-y-subjetividades -.pdf](http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/75-revista-dialogos-alteridades-y-subjetividades-.pdf)

⁵⁴ Fundación Konrad Adenauer, *Televisión pública: experiencias de Alemania y Latinoamérica*, Buenos Aires, FKA, 2009, p. 24.

televisión para la ciudadanía, la expresión cultural y la identidad que se actualiza lo educativo y sirve a un nuevo proyecto de país, uno de paz y de convivencia.⁵⁵

Los canales públicos, regionales y locales, están en la obligación de resistir creativamente a las reglas y normas que les imponen el modelo mediático, no sólo a nivel económico, sino estético, para pensarse en si mismos no sólo desde la matriz informacional y de entretenimiento, que caracteriza a los medios comerciales, sino como espacios relacionantes que le dan sentido a la vida social.

Como cierre de apartado, se recoge la declaración de principios elaborada en el año 2000, por Jesús Martín Barbero, Germán Rey y Omar Rincón y en la cual imaginaron una *televisión pública, cultural y de calidad*, que complementa los desafíos propuestos:

- I. La televisión pública interpela al ciudadano mientras la televisión comercial le habla al consumidor
- II. La televisión debe ser el escenario del dialogo nacional intercultural
- III. La televisión pública debe promover lo universal que no pasa por lo comercial
- IV. La televisión pública debe dejar de programarse como secuencia lineal y curricular de la escuela para ganar el proceso y el flujo propio de las narrativas audiovisuales
- V. La televisión pública debe hacer programas de gran impacto que se conviertan en hechos sociales y ameriten repetición
- VI. La televisión pública debe recuperar lo gozoso, divertido, significativo, seductor y afectivo que promueve la televisión, la cultura y la educación
- VII. La televisión pública debe ampliar las posibilidades simbólicas de representación, reconocimiento y visibilidad para la construcción de ciudadanía, sociedad civil y democracia

⁵⁵ Martín Barbero, Jesús, Germán Rey y Omar Rincón. "Televisión pública, cultural, de calidad". Revista Gaceta. No. 47 (Diciembre 2000): Online. Internet. 30 junio de 2013. Disponible FTP: http://www.comunicacionymedios.com/comunicacion/television/textos/martin_barbero_tvpublicacalidada.htm, apartado 3.

- VIII. La televisión debe ser una experiencia cultural en si misma por la expresión, sensibilidades y sentidos que promueve
- IX. La televisión pública debe formar a los televidentes en los ámbitos de la lectura crítica de las imágenes y del control ciudadano sobre los mensajes audiovisuales que se exhiben en toda la televisión
- X. La televisión pública debe programarse y producirse por convocatoria pública a través de procesos de asignación de espacios transparentes y participativos, en coherencia con las políticas culturales de comunicación y educación de cada país, y con base en los méritos de los realizadores y productores.⁵⁶

Capítulo 3. Marco histórico referencial: distintas maneras de actuar en el tiempo

Hasta 1990 en Latinoamérica y en particular en Colombia, el panorama de la televisión estuvo atravesado por un profundo centralismo, no sólo territorial sino de mediático. Si bien el Estado desde 1955 había promovido el modelo mixto de televisión, pionero en el continente, la gran parte de la producción televisiva nacional fue entregada a los particulares, quienes encontraron una industria potencial de la cual sacar grandes provechos económicos. La función cultural y educativa de la televisión quedo entonces en manos de los gobiernos de turno, que bajo políticas y directrices muy variadas, sumieron a la televisión gubernamental en un estado bastante desolador, en palabras de Valerio Fuenzalida.⁵⁷

⁵⁶ Ibid., apartado 5.

⁵⁷ Productor de televisión chileno y reconocido investigador a nivel latinoamericano de la televisión pública y en la audiencia televisiva, actualmente es profesor de la Facultad de Comunicaciones de la

Durante la década de los 80 el interés de las regiones por comunicar y expresar sus sentires y propuestas, logró con fuerza influir en el espacio nacional y es así como en 1985, se funda el primer canal regional de Colombia, Teleantioquia y dos años después Telecaribe y Telepacífico, bajo el amparo del Decreto Nacional 3100 promulgado por el presidente Belisario Betancur y en el cual se autorizaba la creación de los canales o cadenas regionales de televisión. Lo anterior facilitaría una primera ola de invención de escenarios televisivos de corte estatal, que se sumaron a los ya existentes, y que fueron aportando elementos prácticos para el debate en torno a la definición de la televisión pública.

3.1. Los 90, una década de contrastes y definiciones

Para enero de 1995 el Congreso de Colombia expide la Ley 182, en la cual se reglamenta el servicio de televisión, se formulan las políticas para su desarrollo, se democratiza el acceso a éste, y se crea la entidad encargada de reestructurar el sector y organizar de forma más clara y definida el servicio de las telecomunicaciones. La promulgación de esta ley y las que le siguieron posteriormente, le dieron un giro sustancial al servicio de la televisión en el país, con una gran pretensión, poner en práctica lo expresado en la Constitución de 1991, en relación con el uso y manejo del espectro electromagnético por parte del Estado, su acceso en igualdad de oportunidades, y la garantía del pluralismo informativo y la competencia, evitando las prácticas monopolísticas (artículo 75).

De manera concreta la ley posibilitó entonces; en primer lugar que la empresa privada tuviera la posibilidad de poseer canales de televisión con cobertura nacional, teniendo el apoyo de Estado, en segundo lugar, que se fortaleciera la televisión pública con la creación de canales comunitarios, regionales y locales sin ánimo de lucro de cubrimiento restringido, a los que les correspondió la función social de la televisión y su carácter educativo y cultural, y en tercer lugar, que se consolidara a la televisión

como un servicio público regulado por un nuevo ente, la Comisión Nacional de Televisión – CNTV (hoy Autoridad Nacional de Televisión - ANTV).

No obstante, una década atrás, el país ya venía desarrollando un gran trabajo regional y una amplia experiencia audiovisual, a través de la creación y consolidación de 4 canales regionales, Teleantioquia, Telecaribe, Telepacífico y Telecafé, que con la voluntad de las instituciones públicas de sus departamentos y sus gentes, fueron generando cambios significativos en el modelo de la televisión nacional y en el reconocimiento de la diversidad social, política y cultural de Colombia.

Un año después en 1996, la Asamblea General de la ONU declara el 21 de noviembre como el día mundial de la televisión, a fin de promover en la agenda internacional el tema de la televisión como un asunto prioritario en la construcción de una sociedad plural, equitativa y justa. Tal iniciativa de reconocimiento político buscaba el rápido fortalecimiento de la televisión pública y su desarrollo como una alternativa audiovisual de la sociedad.

Las Naciones Unidas quisieron así señalar tanto la creciente influencia de la televisión en el proceso de toma de decisiones, a través de la atención que atrae sobre los conflictos y las amenazas a la paz y a la seguridad, como en su potencial para afinar la atención en otros asuntos importantes, incluidos los sociales y económicos. De esa forma, la televisión fue reconocida como una herramienta importante de orientación, canalización y movilización de la opinión pública y su impacto innegable en los asuntos políticos.⁵⁸

Este panorama que parecía un tanto halagador para la televisión pública, se vio opacado por las fuertes críticas a la legislación colombiana y a las buenas intenciones de los organismos internacionales, y cuestionaron desde el principio el desmedido auge que se le daba a la televisión privada, así como la relativa autonomía de los canales regionales y locales, y su deficiente modelo de financiación. Lo que se

⁵⁸ Resolución de la Asamblea General que establece el Día Mundial de la Televisión A/RES/51/205 28 de febrero de 1997.

pensaba iba a ser un desarrollo rápido de la televisión en Colombia, quedo supeditado por un lado, al mercado y a la libre competencia (los canales privados) y por otro, a la democratización nacional y regional del servicio de televisión en muchas manos (los canales públicos).

Una década después en el 2007 Jesús Martín Barbero describía un paisaje parecido:

El paso del modelo de televisión mixta al de televisión privada ha implicado en nuestro país una clara reducción tanto de los actores y procesos sociales, de las voces y las identidades, como también de los tipos de géneros y relatos a través de los cuales se hace presente el país. De hecho, hasta las televisiones públicas –la nacional y las regionales y locales– están siendo afectadas por el modelo hegemónico que representa una televisión privada cuyo legítimo pero deformante sesgo comercial estereotipa y empobrece crecientemente la complejidad sociocultural y política del país en un momento tan crucial como el que actualmente atraviesa. Todo ello se produce al mismo tiempo que los cambios tecnológicos del audiovisual y lo digital impulsan un proceso de profunda reorganización de las audiencias en la que la tendencia dominante es la fragmentación y la dispersión.⁵⁹

Lo anterior demuestra que cambios legales e institucionales siguen un proceso lento, no así las dinámicas sociales y los procesos culturales y comunicativos. Una expresión de ello es la nueva reforma de la televisión, la Ley 1507 de 2012 que reglamentó la creación de la Autoridad Nacional de Televisión y con ella el Fondo para el Desarrollo de la Televisión y los Contenidos.

Al respecto dos expertos analistas de la televisión en Colombia, el investigador Germán Rey y el abogado Juan Carlos Garzón exponen las siguientes críticas:

No es una ley para transformar a la televisión, ni para reconsiderar sus transformaciones sociales, culturales y tecnológicas, ni siquiera para promover su

⁵⁹ Martín Barbero, Jesús. Una política de Estado para la televisión pública. (2007): 7 pp. Online. Internet. 15 abril de 2013. Disponible FTP: En: <http://www.mediaciones.net/2007/01/una-politica-de-estado-para-la-television-publica/>

industria, que hace un aporte significativo a las industrias creativas del país. No. Es una ley para acabar con la Comisión Nacional de Televisión. O mejor: para volver a barajar y tratar de proponer nuevas reglas de juego. Ya es hora de que se tracen políticas serias sobre la televisión, de que se promueva una industria de contenidos más democrática, abierta y competitiva, de que se ponga coto a los monopolios, de que se abra espacio a las nuevas expresiones creativas aprovechando el arranque de la televisión digital, de que se estimule una opinión pública informada a punta de más pluralismo, de que se combata esa televisión depredadora hecha de noticieros sensacionalistas y de entretenimiento facilón, de que se fortalezcan la televisión pública y las experiencias regionales y locales. Todos estos propósitos se los puede llevar el viento ante los peligros que acechan a la nueva ley.⁶⁰

La reforma institucional, realizada por el Acto Legislativo 02 de 2011, y la Ley 1507 de 2012, al sector de la televisión, profundiza el control del poder ejecutivo central sobre el regulador y los operadores públicos, convoca nuevamente al cabildeo parlamentario regional como estrategia de financiamiento de los operadores públicos, estimula la captura de la cauda contractual y burocrática del regulador, replantea las relaciones entre la empresa política y la empresa televisiva para el acceso al ágora electrónica, omite el establecimiento de claras garantías y mecanismos específicos para el acceso de la oposición política a los medios de comunicación, y castigan con el bullying y la segregación del sector público de las comunicaciones, a la opinión, las minorías, y a las expresiones que son disidentes en relación con el diseño y la conducción de las políticas del sector.⁶¹

Lo que se evidencia por un lado, es una real preocupación de la forma como actualmente se concibe la televisión pública en el país, y dentro de ella las tensiones que existen con el sistema regulatorio, los intereses políticos y el mercado y su función social y democratizadora y por otro lado los cambios en el ecosistema comunicativo

⁶⁰ Rey, Germán. "La Nueva Ley de Televisión, o el Síndrome del Comunero". (16 enero 2012). Online. Internet. 15 marzo 2013. Disponible FTP: <http://www.razonpublica.com/index.php/econom-y-sociedad-temas-29/2660-la-nueva-ley-de-television-o-el-sindrome-del-comunero.html>

⁶¹ Garzón, Juan Carlos. "Televisión en Colombia: De la Entidad Autónoma, -CNTV-, a la nueva Agencia Nacional Estatal, -ANTV-. Cinco claves de interpretación de un modelo institucional insepulto". (18 febrero 2013). Online. Internet. 15 marzo 2013. Disponible FTP: <http://juancarlosgarzonbarreto.blogspot.com/2013/02/television-en-colombia-de-la-entidad.html>

a nivel mundial y local, no solo por el aumento de la información especializada, sino por el derrumbe de las certezas y de las seguridades.

Como nunca antes en el sistema comunicativo, tiene lugar, apalancada en las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, una diversidad de posiciones y puntos de vistas no siempre convergentes, que le permiten a la gente escoger lo que quieren ver, leer o escuchar en los medios y en particular en la televisión, “un ecosistema comunicativo donde se reconstituyen y multiplican los referentes y los reconocimientos y apropiaciones de lo social, lo político y lo cultural”,⁶² que permite que se promuevan agendas mediáticas orientadas a responder a esa heterogeneidad y multiplicidad de audiencias y de ciudadanos y donde la televisión pública ha encontrado una gran posibilidad de creación y de producción.

3.2. Canal Capital

A la par que se organiza el servicio de televisión en el país, a través de una Ley de la República amparada en la Constitución de 1991, como se mencionó párrafos más atrás, el Consejo de Santafé de Bogotá, (hoy Bogotá) expide el Acuerdo 019 del 3 de octubre de 1995, que

Autoriza al Distrito Capital, al Instituto Distrital de Cultura y Turismo y a la Empresa de Telecomunicaciones de Santafé de Bogotá para que, mínimo dos de ellos, participen en calidad de socios entre sí, en la constitución de una sociedad de entidades públicas, organizada como Empresa Industrial y Comercial del Estado, para operar y prestar el servicio público de televisión regional, a través de un canal regional[...]⁶³

⁶² Orozco, Guillermo. “Audiencias, televisión y educación: una deconstrucción pedagógica de la 'televidencia' y sus mediaciones. En *Revista Iberoamericana de Educación*. OEI. No. 27. (2001): pp. 157. Online. Internet. 15 marzo 2013. Disponible FTP: <http://www.rieoei.org/rie27a07.PDF>

⁶³ A través de la Escritura Pública número 4854 del 14 de noviembre de 1995, se constituyó la sociedad Canal Capital Ltda., y como socios la Alcaldía Mayor, la Empresa de Telecomunicaciones de Santafé de Bogotá (ETB) y el Instituto Distrital de Cultura y Turismo, composición societaria que fue objeto de modificación en el año 2000 (Escritura 022 del 27 de enero de 2000) cuando la E.T.B. cedió 21.580

La definición del área geográfica de cubrimiento así como la adjudicación de las frecuencias de operación, las define en el año 1997 la CNTV y abarcan las 20 localidades del Distrito Capital.

Estos se constituyen en los inicios legales de Canal Capital, el canal regional de Bogotá, que oficialmente empieza a emitir en noviembre de 1997, con dos propósitos claros; ofrecer una programación mayoritariamente urbana y proyectar la imagen de la ciudad. “Cuando este Canal se planteó su filosofía de programación, concibió que su propuesta fuera no violenta y buscaría construir ciudad, para de esta manera contribuir al fortalecimiento de la pertenencia e identidad en los habitantes de la ciudad capital, donde conviven gentes de toda Colombia”.⁶⁴

En su primera época el canal, más que hacer producción propia, se caracterizó por presentar programas emitidos por terceros, documentales, películas e informativos que ocupaban un espacio amplio de la parrilla de programación, pero bastante alejados de la propuesta de ciudad con que se había inspirado. Tan difícil era su gestión a nivel administrativo y financiero, por no decir que comunicativo y periodístico, que en una evaluación realizada en el año 2002 por el entonces Concejal David Luna Sánchez, éste planteó una serie de recomendaciones que giraban en torno a:

- Tener un manejo del Canal y una administración con criterio empresarial y no con intereses de orden político, lo que implica vincular personal con experiencia y conocimiento en el negocio, en este caso la producción y comercialización de la televisión.

cuotas sociales al Distrito Capital. A partir de entonces los socios de Canal han sido el Distrito Capital y el Instituto Distrital de Cultura y Turismo.

⁶⁴ García, Ana Patricia. “Televisión en Colombia: Surgimiento de los canales regionales”. Revista Virtual Luciérnaga, Año 4, No. 7. Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. (2012): Online. Internet. 8 agosto 2013. Disponible FTP: www.politecnicojic.edu.co/luciernaga7/pdf/3_canales_regionales.pdf

- Buscar alternativas complementarias a la capitalización de la empresa por parte de los socios actuales, mediante la vinculación de otras entidades públicas de orden departamental o nacional.
- Replantear su su gestión y el giro de la empresa hacia la búsqueda de nuevos productos, la diversificación de clientes y una mayor participación en el mercado.
- Y de manera contundente, sin desconocer la importancia del Canal en cuanto a información, formación y entretenimiento para la ciudad; evaluar la posibilidad de que la Administración Distrital, continuara transfiriendo recursos para que el Canal sobreviviera o mejor destinarlos para financiar gastos en educación y salud.

Los planteamientos del concejal Luna, demuestran la crisis en la que estaba sumida la televisión pública y en particular Canal Capital, bajo la sombra de tres enormes monstruos: la intervención estatal definida exclusivamente en términos de control y evaluación, pero sin unas políticas públicas coherentes de la actividad comunicativa, la ausencia de una identidad clara y de una política definida a nivel comunicativo que le diera un reconocimiento y las deficientes formas de financiación supeditadas a los recursos públicos.

En el año 2005 el Canal alberga una “pequeña” esperanza al cambiar su razón social, pasa de ser una sociedad limitada para convertirse en una sociedad pública organizada como empresa industrial y comercial del estado⁶⁵ con carácter de entidad descentralizada indirecta, que lo habilitó para ejercer actividades comerciales con un ánimo de lucro, pero para el beneficio en común. Esto permitió un aumento en el porcentaje de los recursos generados por el propio Canal, que coincidió con la elevación de su señal al sistema satelital, el aumento de su cobertura a través de los cable operadores privados, y el incremento de la producción propia y la transmisión de eventos especiales.

Sin embargo, parafraseando al crítico de televisión Omar Rincón, el Canal nunca tuvo un modelo y un discurso de ciudad consistente, sino que fue usado más para la

⁶⁵ Sociedades públicas y sociedades de economía mixta en las que el Estado posee el noventa por ciento (90%) o más de su capital social, y que no adoptan ninguna forma de sociedad mercantil.

propaganda de los gobiernos distritales de turno,⁶⁶ la repetición de series y programas nacionales y extranjeros, el exceso de programas deportivos y una franja reducida de programas informativos.

La historia del canal estuvo atravesada por pagos de favores, nombramientos políticos, incidencia en los contenidos e irregularidades en el manejo presupuestal. La gestión de algunos de los gerentes tampoco terminó en buenos términos. Durante su alcaldía, Mockus suspendió a la entonces gerente Yolanda Gómez por haber obstruido una investigación de la Personería Distrital contra el gerente de televisión del canal, Jorge Luis Ramírez, por atropellos contra otros empleados. En la administración Garzón, Héctor Jaime Pinilla renunció a la gerencia para lanzarse a la Alcaldía de Manizales pero, al parecer, antes de salir, utilizó el canal para hacer propaganda. Finalmente, al último gerente, Javier Ayala, quien renunció el pasado 25 de enero (de 2012), no le fue muy bien en la auditoría realizada por la Contraloría Distrital en el 2010.⁶⁷

Sobresalen de estos tiempos, algunos programas con un formato particular como la Franja Metro, de corte infantil que ha sido galardonada en varias ocasiones con el Premio India Catalina por su aporte a la educación de los niños del país y espacios de mediana trayectoria como Distrito Cultural y el Primer Café.

3.3. Bogotá Humana

A partir del año 2012, con el inicio en el gobierno de la ciudad, del alcalde Gustavo Petro, Canal Capital se constituye en un espacio del Distrito, al igual que las demás instituciones gubernamentales locales, comprometido con la perspectiva de la “Bogotá Humana”, lema creado por el alcalde durante su candidatura, y que pone en el centro de las preocupaciones del desarrollo al ser humano.

Queremos un canal que sirva para educar, que nos sirva para dialogar entre las

⁶⁶ Vargas, Lina, “¿Tendrá por fin canal la capital?” Revista Arcadia.com (2012): Online. Internet. 16 septiembre 2013. Disponible FTP: En: <http://www.revistaarcadia.com/Imprimir.aspx?idItem=29046>

⁶⁷ Ibid.

diversas y nuevas ciudadanías rurales y urbanas de la ciudad; que permita mostrar las culturas que se construyan en esta ciudad al mundo. Canal Capital es el espacio de discusión, el espacio del diálogo, el espacio del análisis y la reflexión, en el conjunto de la televisión colombiana queremos que esta sea una joya que pueda mostrar posibilidades diferentes del uso de la televisión. Canal Capital volverá a los barrios a escuchar a la gente, la voz de los que no tienen voz... visibilizaremos a los invisibles.⁶⁸

Se da entonces un cambio en el enfoque tradicional del Canal y de hacer televisión pública, pues además contar con un medio como ventana de los logros y avances de las entidades del Distrito, es una televisión orientada a la divulgación, promoción y defensa de los Derechos Humanos y la Cultura de Paz. Para dirigir y reorganizar la nueva propuesta, se nombra como gerente a un periodista de gran trayectoria en Colombia, Hollman Morris⁶⁹, pasando de un estilo de gerencia eminentemente administrativo a una gerencia periodística.

El canal cuenta actualmente con una parrilla de programación que responde a tres líneas en particular: la memoria, el análisis y la inclusión.

En la línea de memoria

“La historia de unos no es la historia de los otros. (...)

Va a saberse que lo que es victoria para unos es derrota para los otros”

Michel Foucault, Hay que defender la sociedad

⁶⁸ Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. El Eje Transversal de Canal Capital será la defensa y promoción de los derechos humanos: Hollman Morris (2012): Online. Internet. 16 septiembre 2013. Disponible FTP: <http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/portal/node/610>.

⁶⁹ Comunicador Social de la Universidad Javeriana de Cali, reconocido por sus numerosos trabajos en prensa, radio y sobretodo en televisión a través de su programa Contravía. Recibió en el año 2007 el reconocimiento de “Human Rights Annual Defender de Human Rights Watch” en New York, y en el 2011 el galardón internacional de derechos humanos de la ciudad de Nuremberg (Alemania), en el que se destacó su esfuerzo periodístico por visibilizar a las víctimas del conflicto armado colombiano, y la efectividad de sus denuncias contra la impunidad respecto de la violación de los derechos humanos. Así mismo le fue concedida la beca Nieman (2010-2011), una de las más importantes que concede la Universidad de Harvard, por su profesionalismo periodístico. Se resalta de manera particular la beca Reagan-Fascell, otorgada en el año 2011 por la fundación National Endowment for Democracy, para desarrollar la investigación Servicios secretos de inteligencia Vs. Libertad de expresión, el caso Colombia.

Canal Capital ha dedicado una franja de su programación a construir una memoria mediática de los hechos acaecidos en Colombia en los años 80 y 90, teniendo como protagonistas a sus víctimas. Gran parte de este trabajo se ha realizado a través del género de no ficción (documentales y reportajes televisivos), enfocados principalmente desde la perspectiva testimonial, y donde se relatan las causas y consecuencias políticas, culturales, económicas y emocionales, del conflicto colombiano en todos los órdenes.

Los objetivos de esta propuesta se orientan a reconocer y dignificar a las víctimas directas e indirectas de la violencia y la violación de los derechos humanos en Colombia, y a rescatar del olvido temas y personas que no aparecen en los relatos mediáticos de la televisión tradicional (comercial), siempre enfocados en las fuentes oficiales, y que dan cuenta de realidades sociopolíticas muy particulares.

El programa más destacado es “Hagamos Memoria”, dirigido por el periodista Oscar Bustos, a través del cual diversos historiadores y periodistas hacen una revisión del pasado, para construir una memoria audiovisual que haga justicia a las víctimas, y una contribución a la verdad histórica y la reparación en el marco de la Ley 1424 de 2010.⁷⁰

Se destacan en esta línea los programas realizados con las víctimas del exterminio de la Unión Patriótica⁷¹, la guerrilla y los grupos paramilitares y el narcotráfico, destacando por su impacto nacional el programa *Las víctimas de Pablo Escobar*, una serie documental realizada en el Centro Ático⁷² de la Universidad Javeriana, que ubica en el presente a las víctimas del narcotráfico olvidadas por el Estado.

⁷⁰ Por la cual se dictan disposiciones de justicia transicional que garanticen verdad, justicia y reparación a las víctimas de desmovilizados de grupos organizados al margen de la ley, se conceden beneficios jurídicos y se dictan otras disposiciones.

⁷¹ Partido político de Colombia, de izquierda, fundado en 1985 dentro de una propuesta política legal de varios grupos guerrilleros y que fue sometido al exterminio con la muerte a manos de grupos sistemáticos, de alrededor de 5.000 de sus militantes entre precandidatos presidenciales, congresistas, diputados, concejales, alcaldes y seguidores.

⁷² Centro que integra recursos tecnológicos de audio, video y TIC para el entretenimiento la producción y la investigación de proyectos de la comunidad universitaria, la región y el país.

Canal Capital bajo esta franja busca construir “la nueva historia, que en palabras de Foucault, quiere mostrar que el poder, los poderosos, el rey, las leyes, han ocultado el hecho de haber nacido de la casualidad y de la injusticia de las batallas”.⁷³

En la línea de análisis

La televisión pública tiene un papel preponderante en el fortalecimiento de la democracia, al erigirse como un espacio público (o contrapúblico), donde tienen cabida el debate y la reflexión de ideas y de pensamientos. Bajo esta premisa se ha constituido la franja de análisis del Canal, dedicada a revisar la realidad, desde distintos ángulos, puntos de vista y posiciones ideológicas.

La conforman 7 programas periodísticos, que se emiten de lunes a domingo en horario nocturno, con la participación de un reconocido grupo de periodistas y expertos, generadores de opinión desde sus distintos ámbitos. Estos prescriptores⁷⁴ de gran credibilidad, ofrecen al televidente un panorama amplio de opiniones y de perspectivas, que se complementan con la intervención de invitados especiales, provenientes de distintas posiciones y posturas de pensamiento.

Los programas de la franja los conforman, *La Controversia*, *Las Claves*, *¿Cómo va la paz?*, *HashTag Internacional*, *Ni reinas ni cenicientas* y *El Sofá*.

La Controversia trata un hecho político de la coyuntura nacional y lo debate a partir de opiniones contrarias, más que con analistas, con los protagonistas”, dice León Valencia; mientras que Laura Gil, presentadora de HashTag Internacional dice: “Estos temas han sido ignorados por la televisión. Súmele a eso la cuasidesaparición de los programas de opinión de las pantallas colombianas. Quizás la exigencia de un conflicto de más de cincuenta años contribuyó. Pero comienzan a verse propuestas para romper ese esquema.”⁷⁵

⁷³ Michel Foucault, *Genealogía del racismo*, La Plata, Argentina, Editorial Altamira, 1996, p. 65.

⁷⁴ Aquellas personas, personalidades y /o entidades capaces de influir en un determinado público con sus opiniones, valoraciones y/o decisiones.

⁷⁵ Vargas, Lina, *Tendrá por fin*, op. cit.

En general, esta franja se caracteriza, por revisar y analizar los acontecimientos sociales, políticos, económicos, ambientales, territoriales y culturales entre otros, que se dan en el entorno del país y sus posibilidades de reconocimiento y de transformación, haciendo énfasis, en muchos casos, en el análisis de las coyunturas, tanto desde las lógicas del poder como desde los contrapoderes.

Sobresale además en esta programación, el interés por aportar a la construcción de pensamiento crítico, de debate público, y de pluralidad de las ideas, en un ambiente de tolerancia y respeto, y así lo expresa el actual gerente del Canal Hollman Morris.

La franja corresponde a una agenda del país, a tener programas de análisis especializados, con expertos. La relación con ellos ha sido de respeto. Incluso yo creo que se han llevado algunos de ellos, unas sorpresas grandes, al suponer que yo como gerente iba a estar “encima” de ellos y no. No me interesa, por respeto a ellos y a mí, que he ejercido periodismo. Nosotros en el equipo dijimos: un programa de análisis internacional, ¿qué analistas internacionales son buenos en el tema? Por ejemplo: Laura Gil nunca había hecho televisión, León Valencia y Antonio Caballero tampoco. Y lo recibieron bien, atudó el respeto que tienen a mi trabajo. La franja es lo primero con lo que arranca esta administración del canal, porque es el “remedio” más urgente para entender nuestro país, porque el relato unidireccional, el relato hegemónico desde los medios está haciendo mucho daño, es antidemocrático. No es vetar voces, ni tenerle miedo a las voces, eso hace parte de la guerra. Las minorías con mucho poder han impuesto un relato de nación, una lectura de país, nos han impuesto uso liderazgos, y todo esto es lección del programa *Contravía*.⁷⁶

En la línea de inclusión

En correspondencia con la variedad de gustos y lenguajes que caracterizan a la ciudad de Bogotá, y las distintas matrices culturales, sociales, políticas, étnicas, y de género que le atraviesan, Canal Capital se ha consolidado como un espacio para las

⁷⁶ Entrevista con Hollman Morris, Gerente de Canal Capital, Bogotá, 5 de noviembre de 2013.

minorías mediáticas y la comunicación local, al promover una producción audiovisual que supera los tradicionales estereotipos y clichés que recorren lo popular.

La oferta de programas del Canal en esta franja, comprende en primer instancia el reconocimiento de la diversidad cultural, y la pluralidad ideológica y política, de la capital, y en segunda instancia de considerar a la televisión como un servicio público en el que los ciudadanos tienen el derecho y el deber de participar.

Por lo anterior en esta franja intervienen: Las mujeres, las minorías étnicas (afrodescendientes e indígenas), las personas con discapacidad, los niños, niñas y adolescentes; la población LGBTI, las instituciones distritales en defensa de los intereses ciudadanos, los creadores independientes, y las minorías culturales. En particular se destaca la implementación del lenguaje de señas y del sistema closed caption, que permite a las personas con discapacidad auditiva comprender de lo que se dice, mediante subtítulos.

Esta línea de inclusión garantiza la comunicación de las voces más débiles y la promoción y protección de los derechos humanos, las diferencias y las individualidades.

Adicionalmente, el Canal le ha apostado a los grandes eventos musicales siendo pionero como canal público en transmitir por primera vez el concierto de un artista de talla internacional como Paul McCartney, inaugurando así una serie de actividades artísticas y musicales divulgadas a la población que no tiene acceso a los recintos cerrados y entre los que se cuentan, la presentaciones de la Orquesta Sinfónica Simón Bolívar de Venezuela, la Orquesta de Israel, los conciertos de la esperanza, y los eventos del Centro Cultural Julio Mario Santo Domingo entre otros, como una forma de democratizar la cultura. En estas transmisiones se han enlazado los canales regionales de los otros departamentos del país.

Cuadro 1. Valores éticos y principios de Canal Capital 2012-2016⁷⁷

Valores éticos	Principios
<p>Tenemos una clara vocación de servicio público y por ello nuestro principal compromiso es con la comunidad.</p> <p>La valoración de la dignidad humana conduce a que nuestro trabajo, que se refleja en una óptima calidad en la prestación del servicio, tenga como columna vertebral el respeto a las personas, representadas en los televidentes, anunciantes, proveedores, servidores del canal y la comunidad en general.</p> <p>Somos parte activa de la sociedad y por ello sentimos como propio todo lo que afecta a la ciudad y sus habitantes y nos comprometemos en la búsqueda de soluciones.</p> <p>Buscamos condiciones de justicia, ponderación, igualdad e imparcialidad. Actuamos sin parcialidad ni favoritismos.</p>	<p>Buscamos la excelencia en todos nuestros procesos y productos. Para lograrlo autoevaluamos nuestro trabajo y propendemos por el mejoramiento continuo en la prestación del servicio.</p> <p>Nuestros procesos son visibles y públicos, y rendimos cuentas en forma oportuna, con honestidad y veracidad. Respondemos a la confianza que la ciudadanía deposita en nosotros y trabajamos con dedicación y esmero con el fin de cumplir nuestra misión.</p> <p>Hacemos un uso adecuado de los recursos administrativos, técnicos y humanos, para garantizar una programación televisiva de calidad para los habitantes de Bogotá.</p>

Fuente: Elaboración propia

Sobresale en esta declaración de valores y principios su compromiso con la No discriminación de grupos LGBTI.

El Canal Capital acepta a todos sus colaboradores en el trabajo sin importar su orientación sexual o identidad de género. Siempre debe existir un ambiente adecuado

⁷⁷ Canal Capital. Política de Calidad. Online. Internet. 1 de septiembre de 2013. Disponible FTP: www.canalcapital.gov.co

de inclusión, un entorno laboral en el que la dignidad, la garantía de los derechos y el respeto hacia las diferencias de las personas hacen parte de la cultura de la entidad y su personal. La discriminación, el acoso y las represalias son inaceptables en el Canal.⁷⁸

Desde su primera etapa el Canal ha tenido importantes variaciones, tanto a nivel comunicacional como administrativo y financiero, teniendo que ajustarse a los presupuestos, siempre escasos, asignados a la televisión pública, no obstante el Canal Capital en la actualidad es:

Un operador público regional de televisión que está al servicio de la ciudadanía y de la expresión pública

Un espacio de promoción de la identidad del Distrito Capital con una parrilla de programación que reconoce las diversidades de la ciudad

Una televisión de las víctimas y de las minorías, que trabaja por el desarrollo humano sostenible

Un escenario mediático comprometido con la promoción de los Derechos Humanos en alianza con las Naciones Unidas.⁷⁹

⁷⁸ Canal Capital, *Política de Calidad*, Op. cit.

⁷⁹ El 5 de abril de 2013, Canal Capital firmó una alianza con el representante de la Alta Comisionada de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos, a fin de fortalecer el papel del Canal Capital en la educación de una cultura de paz. “Es la primera vez que establecemos una alianza con un canal. Lo hacemos porque hemos estudiado su parrilla y evidenciamos que están educando a la ciudadanía en el valor que tiene hacer respetar sus derechos y conocerlos. Además, ha demostrado ser un medio incluyente. Es importante que los demás medios de comunicación sigan este ejemplo”, indicó Howland. Este es un reconocimiento a la labor del Canal en amplificar la voz de las víctimas, abrir espacios de participación a las minorías, reconocer las diferencias, democratizar la cultura y formar a los ciudadanos. Lo que se sustenta en su programación que tiene como eje central el respeto y la promoción de los Derechos Humanos.

Capítulo 4. Marco metodológico: Herramientas para la acción

“El discurso no es simplemente aquello que traduce las luchas o los sistemas de dominación, sino aquello por lo que, y por medio de lo cual se lucha, aquel poder del que quiere uno adueñarse”.

Michel Foucault, “El orden del discurso”

La metodología, en tanto camino o ruta para desarrollar la investigación, requiere dos aspectos claves: en primer lugar el desarrollo de una serie de principios epistemológicos que le permitan al investigador adquirir un lente o un enfoque sobre el cual trabajar su proyecto y que le determinan la manera como se acerca al conocimiento; y en segundo lugar la planeación de una serie de procedimientos y técnicas de recolección de la información, que se condensan en cuatro fases básicas (diseño, aplicación, sistematización y análisis).

4.1 El enfoque epistemológico

En cuanto al enfoque, para el caso de esta investigación en particular, se trabajó desde una perspectiva fenomenológica de carácter cualitativo, teniendo en cuenta que en el análisis de un fenómeno social, están anclados los significados y sentidos de quienes lo viven, y el investigador es un interprete de la realidad construida por los sujetos, en un contexto específico y en un medio con unas características únicas. De ahí que el trabajo haya estado orientado a analizar las cualidades del informativo y a encontrar los elementos o aspectos determinantes de una propuesta comunicativa pública de resistencia y contrahegemónica, en la voz de sus actores y de sus producciones.

Si bien, son variadas las corrientes y disciplinas que se han ocupado del análisis del discurso, unas desde los aspectos específicamente lingüísticos y otras que toman en consideración los aspectos sociales y culturales, así como las situaciones comunicativas; para el caso de esta investigación se tomó como referente metodológico la propuesta de la profesora brasileña Julieta Haidar, quien comprende el discurso como una práctica social, no sólo a partir de su sistema lingüístico, sino como un vehículo a través del cual se construyen, difunden y afianzan relaciones de poder.

Para ello Haidar acuñó la categoría de *práctica social discursiva*, un espacio de interacciones sociales en el cual tiene lugar la producción, circulación y reproducción del sentido⁸⁰ y en el caso de esta investigación las que tienen que ver con la resistencia.

Uno de los autores en los que Haidar se apoya para el desarrollo del concepto de prácticas sociales discursivas es Michel Foucault, quien sostiene que el discurso es siempre una expresión de las características de la vida social, que expresa

⁸⁰ Julieta Haidar, El poder y la magia de la palabra. El campo del análisis del discurso. (2011), Online. Internet. 25 junio 2013. Disponible FTP: www.uam.mx/cdi/pdf/publicaciones/produccion/poder.pdf

directamente las relaciones entre los actores sociales y su misma constitución en sujetos identificables por sus relación con el poder.

Por tanto, el discurso de los medios y en este caso, el de la televisión, se constituye en una práctica social que comprende no solo los formatos y formas discursivas, sino los significados y sentidos que impactan en la vida cotidiana de las gentes.

El modelo analítico del discurso de Julieta Haidar para el estudio de las prácticas discursivas, comprende tres núcleos o categorías:

1. La tipología de los discursos y sus criterios
2. Las condiciones de producción, circulación y recepción de los discursos
3. Las materialidades y funcionamientos discursivos, es decir las materialidades del poder y la ideología.

Para las necesidades particulares de esta investigación se hizo una adaptación del modelo teniendo en cuenta el objeto de estudio de la investigación y se retomaron los siguientes núcleos de Haidar:

1) La revisión de las prácticas discursivas de los programas de la franja de análisis, a partir de las siguientes subcategorías: El objeto discursivo, las macro operaciones discursivas, y los sujetos del discurso.

2) El análisis de las condiciones de producción exclusivamente, a partir de dos de las ocho propuestas que desde la transdisciplina hace Haidar⁸¹ y que para esta investigación fueron: Una, la actualidad de los discursos y dos, la polifonía o interdiscursividad, entendida como tejido de múltiples voces y lugares, y,

⁸¹ Las ocho propuestas son: 1. Las condiciones de posibilidad de emergencia de los discursos y de las distintas semiosis; 2. La relación entre formación socio-histórico-cultural-política, formación ideológica/hegemónica y formación discursivo-semiótica; 3. Las formaciones imaginarias en las prácticas semiótico-discursivas; 4. La relación discurso, semiosis y coyuntura; 5. Las gramáticas de producción y recepción de las semiosis y de los discursos; 6. La aceptabilidad de los discursos y de las semiosis; 7. Los procesos de interdiscursividad, intertextualidad y de intersemiosis; 8. La situación y las interacciones comunicativas de las prácticas semiótico-discursivas, en Julieta Haidar, *Debate CEU – Rectoría. Torbellino pasional de los argumentos*, México, UNAM, 2006, p. 81.

3) Las materialidades⁸² y funcionamientos discursivos en particular la materialidad social (la forma como se producen los discursos) en relación con la resistencia comunicacional (contrahegemonía y contrainformación), la comunicación estratégica y la televisión pública.

4.2. Procedimientos y técnicas de recolección de la información

La muestra

La franja de análisis de Canal Capital se inauguró el 3 de septiembre del año 2012, como una propuesta orientada a trabajar la noticia en profundidad y a generar espacios de debate sobre los temas y acontecimientos de actualidad del país y del mundo. Dicha franja la constituyen siete programas que se emiten de lunes a domingo de 9:00 a 10:00 de la noche bajo un repertorio amplio de voces periodísticas. En el Cuadro 2 se describen los programas de la franja:⁸³

⁸² Construcciones, estructuras, condiciones sobre las cuales el sujeto elabora el discurso.

⁸³ <http://www.canalcapital.gov.co>

Cuadro 2. Programación de la franja de análisis de Canal Capital

DIA	PROGRAMA	HORARIO	DIRECTOR	DESCRIPCION
Lunes	La Controversia	9:00 p.m. a 10:00 p.m.	León Valencia	Es un programa en donde se examinan los hechos más importantes de la capital de la república y del acontecer nacional, en compañía de variados invitados especiales y con el respaldo investigativo de la Corporación Arco Iris.
Martes	Las Claves	9:00 p.m. a 10:00 p.m.	Antonio Albiñana	Es un programa de debate conducido por María Elvira Samper y Antonio Caballero. Según su director "Las Claves pertenece a un género especial, el coloquio/debate, que regresa con fuerza a la programación televisiva en Europa y Estados Unidos, como alternativa al exceso de trivialidad, estridencia y cacofonía en el ecosistema audiovisual, donde, hasta los informativos más serios están siendo atrapados". Cada espacio trata un tema que se formula en forma de pregunta y se desarrolla con un breve reportaje inicial, al que le sigue un coloquio de 55 minutos, con la participación de tres panelistas conocedores del

				asunto a el programa abarca terrenos de la política, los temas sociales, internacionales, entre otros siempre de actualidad.
Miércoles	Como va la paz y los derechos humanos	9:00 p.m. a 10:00 p.m.	Pedro Medellín Baltasar Garzón	Es un programa orientado al análisis del conflicto armado, el proceso de paz, las víctimas y los actores de la confrontación, y se considera el único espacio televisivo colombiano dedicado a estos temas y que busca dar elementos de juicio sobre las raíces y la solución al conflicto armado, la situación de las víctimas y el estado de la paz en general. En el espacio participan como invitados, importantes personalidades de la vida nacional e internacional entre los que se cuentan, expresidentes, militares, excombatientes, representantes de las víctimas del conflicto armado y líderes políticos de opinión, entre otros.
Jueves	Hashtag internacional	9:00 p.m. a 10:00 p.m.	Laura Gil	Es un programa que analiza la actualidad mundial y su relación con el país, se realiza bajo el formato panel para debatir a profundidad el papel de Colombia en el mundo y los aspectos que inciden en el manejo de sus relaciones exteriores.

				Se destaca el uso de Twitter, donde los televidentes pueden participar y opinar sobre los temas propuestos haciendo uso de los hashtags dispuestos para tal fin.
Viernes	Su madre naturaleza	9:00 p.m. a 10:00 p.m.	Margarita Pacheco	Es un programa que analiza las políticas públicas y las decisiones sobre acciones y riesgos que inciden en el manejo del agua, la biodiversidad, los bosques, manglares, y el territorio. Como afirma su directora, "Su madre naturaleza, busca llamar la atención sobre la responsabilidad que tenemos frente a problemas coyunturales y estructurales, que afectan el medio natural y urbano-regional. y resaltar las buenas prácticas para replicarlas, en la búsqueda colectiva de soluciones."
Sábado	Ni reinas ni cenicientas	9:30 p.m. a 10:00 p.m.	Fabiola Calvo	Es un programa que da a conocer los relatos de vida de mujeres, a partir de sus propias voces y de la narración de sus experiencias, sueños y expectativas. Así mismo este espacio pone sobre la mesa la vulneración de los derechos de las mujeres y la dificultad que se tiene para alcanzar la igualdad. Ni reinas ni cenicientas cuenta con el respaldo

				investigativo de la Red Colombiana de Periodistas con Visión de Género.
Domingo	El Sofá	10:00 p.m. a 11:00 p.m.	Alejandro Jaramillo Tomás Chavés	<p>Es un espacio de discusión y reflexión sobre los derechos de las personas Lesbianas, Gays, Bisexuales, Trans e Intersexuales. Este programa busca visibilizar acciones, políticas, propuestas y formas de activismo para aportar a la consolidación de una sociedad incluyente y diversa.</p> <p>El Sofá le apuesta al reconocimiento de los derechos humanos luchando contra el desconocimiento, el menosprecio, estigma y la discriminación hacia las personas LGBTI.</p>

Fuente: Elaboración propia

Dado que un análisis detallado de la franja de análisis Canal Capital sobrepasaría los límites de esta investigación, se revisaron un total de 64 emisiones, es decir 8 capítulos de cada programa, que estuvieron al aire entre febrero y septiembre de 2013. El periodo de observación se organizó hasta llegar a un punto de saturación de los datos, en el que no se alcanzaron comprensiones o hallazgos nuevos, y lo ya recolectado presentaba los elementos necesarios y suficientes para la interpretación.

El tiempo de observación correspondió a los siguientes meses:

Cuadro 3. Meses de observación

Programa	Meses de observación
Hashtag internacional	Febrero y marzo de 2013
El Sofá	Febrero y marzo de 2013
La Controversia	Abril y mayo de 2013
Las Claves	Abril y mayo de 2013
Como va la paz y los derechos humanos	Junio y julio de 2013
Ni reinas ni cenicientas	Junio y julio de 2013
Su madre naturaleza	Agosto y septiembre de 2013

Crterios de selección de la muestra

Primer criterio. El rating

El rating es entendido en esta investigación como los gustos y preferencias de la gente, no obstante en el caso la televisión pública la calidad de su programación y las preferencias no se evalúan únicamente desde las encuestas de rating, sino en muchos casos por estudios cualitativos de audiencia, en los que no entran a competir los canales privados o comerciales.

De tal manera que el rating como criterio, está referido no a la medición cuantitativa que realiza en Colombia la empresa Ibope encargada de monitorear el comportamiento de las audiencias de los canales privados de cobertura nacional, si no en este caso particular desde la Encuesta de percepción ciudadana⁸⁴ "Bogotá cómo vamos en sus versiones 2012 y 2013, que realiza la firma Ipsos-Napoleón Franco, y la cual arrojó que 8 de cada 10 bogotanos conocen a Canal Capital (de cobertura regional)⁸⁵ y, 6 de ellos, ven la programación de la televisión pública de la ciudad, siendo además una de las entidades estrella de la administración pública en términos de conocimiento, favorabilidad, y satisfacción con atención. Es de aclarar que desde 1998 cuando se hizo la primera encuesta, solo hasta ahora el Canal aparece referenciado en los resultados.

Así mismo se tuvo en cuenta para revisar las preferencias los informes del IV y V Panel de Opinión⁸⁶, en su versiones 2012 y 2013, elaborados por la firma Cifras & Conceptos, donde se reportó que Canal Capital se ubica como el único Canal Público en varios departamentos del país que más consultan los líderes de opinión, e incluso por encima de otros canales de suscripción privados como NTN24 y el canal de la Casa Editorial El Tiempo. Es importante destacar que para el V Panel de Opinión el universo fue de 2.155 líderes agrupados en medios de comunicación, sector privado, políticos, académicos, organizaciones sociales, y se realiza anualmente.

⁸⁴ La encuesta de percepción ciudadana es un estudio de opinión que se realiza anualmente en el marco de la Red de Ciudades "Cómo Vamos" (que comprenden a Bogotá, Cartagena, Cali, Medellín, Barranquilla, Pereira, Manizales, Ibagué, Valledupar y Bucaramanga), y a través de la cual se da un informe detallado de la percepción, opinión y nivel de satisfacción de los habitantes de estas ciudades, en aspectos que impactan la calidad de vida como: educación, salud, servicios públicos y vivienda, movilidad, espacio público, medio ambiente, responsabilidad ciudadana, seguridad, gestión pública, finanzas públicas, cultura y desarrollo económico.

⁸⁵ De acuerdo con la Autoridad Nacional de Televisión ANTV de Colombia, la cobertura de Canal Capital, como canal regional, se circunscribe a la ciudad de Bogotá Distrito Capital. No obstante través de la Ley 680 de 2001, en su artículo 11, se establece entre otras obligaciones para los operadores de televisión por suscripción la de garantizar sin costo alguno la recepción de los canales colombianos de televisión abierta de carácter nacional, regional y municipal, regional y municipal que se sintonicen en VHF, UHF o vía satelital en el área de cubrimiento únicamente.

⁸⁶ El Panel de Opinión: Estudio elaborado por Cifras & Conceptos S.A. que busca conocer las percepciones de los líderes de opinión del país sobre temas políticos, económicos, sociales y ambientales a nivel nacional y departamental. Se realiza anualmente y busca construir una serie histórica. Las respuestas representan a los líderes de 15 departamentos y de Bogotá.

A lo anterior se suma el comportamiento en las redes sociales en relación con los programas de la franja de análisis, y el posicionamiento de las etiquetas sobre la agenda noticiosa que reportan alrededor de 120 mil usuarios en twitter (consolidándose como el primer canal público regional con mayor número de seguidores en esta red social) y alrededor de 70 mil en Facebook, sin contar con las visitas que se hacen a los capítulos de los programas de la franja en Youtube. Así mismo la reproducción de algunos de los programas en medios internacionales de Europa, Centroamérica y Estados Unidos, como la entrevista que realizaron el exjuez Baltasar Garzón y Pedro Medellín al ex presidente Álvaro Uribe Vélez.

Segundo criterio. El horario de emisión

La franja de análisis se programó dentro de lo que se conoce en Colombia como la franja triple A o prime time, que hace referencia al “horario familiar” u horario central entre las 19:00 y las 22:30 horas y que se considera como el tiempo en el que confluyen un gran número de televidentes.

Los canales nacionales emiten en esta franja de lunes a viernes tres tipos de programas: noticieros, novelas y concursos, como lo reflejan las parrillas de programación de Canal Caracol y RCN Televisión⁸⁷ y en fin de semana, películas, programas de humor y news magazine (formato periodístico que combina las historias de vida, la denuncia de casos reales y la crónica). En el caso de Canal Capital esta franja horaria está orientada a espacios de debate, opinión y análisis muy escasos en la televisión colombiana y en particular en el prime time.

Tercer criterio. Los temas

Canal Capital le apuesta desde el año 2012 a una televisión más humana comprometida con los derechos humanos y la cultura de paz, como reza su slogan,

⁸⁷ Para verificar esta información basta con revisar las parrillas de programación de dichos canales es sus respectivos portales web.

de ahí que un criterio de escogencia de la muestra haya tenido que ver con los temas y asuntos públicos que se desarrollan en los programas de la franja de análisis y que están orientados a visibilizar y poner en primer plano la situación de las víctimas, las mujeres, los indígenas, los afros, los jóvenes, los líderes de opinión y la comunidad LGBTI entre otros.

Cuarto criterio. El género o formato

Los discursos de la franja se pueden catalogar dentro de los géneros de opinión que permiten: dar a conocer los distintos puntos de vista de un asunto, plantear una tesis o juicio crítico y proponer unas conclusiones. Son espacios de debate y/o reflexión que además de fomentar la actitud crítica, posibilitan la participación ciudadana, no solo con invitados, panelistas o testimonios de expertos, sino que se extiende a las redes sociales. El periodista dentro de este tipo de género tiene el rol de generador de opinión pública.

Quinto criterio. El director y el ámbito del cual procede

El grupo de periodistas y analistas que trabajan como presentadores y directores de la franja de análisis, se reconocen en el ámbito de la comunicación mediática por ser grandes generadores de opinión a nivel nacional e internacional, en primer lugar por su trayectoria profesional en medios escritos y/o radiales, en segundo lugar, por su capital cultural, producto de sus titulaciones y su experiencia y finalmente por su afiliación o relación con organizaciones y/o instituciones de gran envergadura a nivel social y político.

En el Cuadro 4 se presentan cada uno de los generadores de opinión que trabajan en los programas de la franja y las organizaciones y/o instituciones que los respaldan:

Cuadro 4. Directores de los programas de la franja de análisis

Programa	Generadores de opinión	Organizaciones y/o instituciones
La Controversia	<i>León Valencia Agudelo:</i> reconocido defensor de derechos humanos. Fue miembro del comando central del grupo guerrillero ELN en la década del ochenta. En 1994 participó en la firma de un acuerdo de paz con el gobierno nacional que lo llevó a su reintegración a la vida civil. Columnista de los diarios El Tiempo de Bogotá y El Colombiano de Medellín y en revistas como Semana, Diners y Credencial. Actualmente es el director de la Corporación Nuevo Arco Iris.	Corporación Nuevo Arco Iris: Centro de pensamiento, investigación y acción social para la reconciliación, que construye análisis, impulsa iniciativas y pro-mueve acciones en relación con el conflicto armado, la paz, el post-conflicto y la seguridad para contribuir a la profundización de la democracia y la construcción de alternativas de equidad social y desarrollo.
Las Claves	<i>Antonio Albiñana:</i> Periodista y analista internacional. Ha sido corresponsal del Diario de Barcelona, la Agencia de Prensa Libération, que fundara Jean-Paul Sartre, Europa Press, y Grupo 16 entre otros. Ha sido director, editor y redactor de revistas en Europa y fundador y director durante cinco años de la edición española de Le Monde	

	<p>Diplomatique. En Colombia, donde reside desde hace 9 años, es corresponsal de Público y ha ejercido la cátedra de Análisis de Medios en varias universidades. En la actualidad es colaborador para cuestiones internacionales del diario Colombiano de Medellín y El Tiempo de Bogotá.</p>	
<p>Como va la paz y los derechos humanos</p>	<p><i>Baltasar Garzón:</i> Jurista español radicado en Argentina. Antiguo magistrado de la Audiencia Nacional, ejerce actualmente como asesor del Tribunal Penal Internacional de La Haya y forma parte del equipo de abogados que defiende a Julian Assange, el fundador de Wikileaks.</p> <p><i>Pedro Medellín:</i> Economista, Doctor en Ciencias Políticas y Doctor en Ciencias Económicas. Sus principales áreas de experticia son la economía y política, los estudios de gobierno y las políticas públicas. En la actualidad es profesor titular de la Universidad Nacional de Colombia y profesor del programa de doctorado en Gobierno y Administración Pública del Instituto Universitario de</p>	<p>La Fundación Internacional Baltasar Garzón (FIBGAR) es una Fundación privada de carácter social, sin ánimo de lucro, constituida en defensa de los Derechos Humanos y la Jurisdicción Universal.</p>

	<p>Investigación Ortega y Gasset, adscrito a la Universidad Complutense de Madrid.</p> <p>Asimismo ha sido Representante para la Región Andina del Centro Internacional de Toledo para la Paz, columnista del diario El Tiempo de Bogotá desde 2000 y colaborador ocasional de varias revistas y diarios internacionales.</p>	
Hashtag internacional	<p><i>Laura Gil</i>: De nacionalidad uruguaya, es politóloga, experta en relaciones internacionales y académica. Ha sido consultora y observadora en temas de derechos humanos de las Naciones Unidas y de la OEA en Haití y de diversos centros de investigación y organizaciones no gubernamentales.</p> <p>Además, es profesora de la Academia Diplomática San Carlos y columnista del diario El Tiempo de Bogotá, desde 1997.</p>	Programa de Relaciones Internacionales de la Universidad Jorge Tadeo Lozano.
Su madre naturaleza	<p><i>Margarita Pacheco</i>: Arquitecta, planificadora ambiental, consultora nacional e internacional en temas de gestión ambiental participativa, formulación de planes y programas, de desarrollo</p>	

	<p>local relacionados con usos del suelo, manejo integral del recurso hídrico, manejo de residuos sólidos, con perspectiva de equidad de género.</p> <p>Ha sido profesora del Instituto de Estudios Ambientales de la Universidad Nacional y del programa “Mejores Ciudades y Poblaciones” de la Universidad Pedagógica Nacional. Actualmente es asesora en el proyecto ONU Hábitat – FOPAE y miembro de la Red Latinoamericana de Estudios Ambientales Urbanos.</p>	
Ni reinas ni cenicientas	<p><i>Fabiola Calvo Ocampo:</i> Doctora en Ciencias Políticas y Sociología. Periodista, pedagoga, poeta y escritora. Investigadora de los fenómenos sociales y políticos en Colombia. Docente universitaria en áreas de las Ciencias Sociales. Consultora para organismo internacionales Investigadora sobre mujeres migrantes; mujeres periodistas en un país en conflicto armado; y participación política de las mujeres en Colombia.</p> <p>Fue reconocida con un premio de periodismo por el Parlamento Europeo en el año 2007, por sus</p>	Red Colombiana de Periodistas con Visión de Género. Es un tejido de periodistas y profesionales de la comunicación que trabajan por la información y la comunicación desde un enfoque de género, visibilización a las mujeres y promoción de sus derechos; a través de un lenguaje incluyente no sexista.

	<p>trabajos a favor de las causas del feminismo y los inmigrantes. Socia fundadora y directiva de la Red Internacional de Periodistas con Visión de Género, actualmente es la Coordinadora General Red Colombiana de Periodistas con Visión de Género.</p>	
El Sofá	<p><i>Alejandro Jaramillo:</i> Psicólogo, magister en Comunicación y Educación y en Teatro y Artes Vivas. Tiene amplia experiencia como investigador en temas de cultura, comunicación y educación, y en el diseño y dirección creativa de programas televisivos, educativos y culturales, dirigidos a audiencia infantil y juvenil. Actualmente es Docente adscrito del Instituto de Estudios en Comunicación de la Universidad Nacional de Colombia.</p>	

Fuente: Elaboración propia

Técnicas e instrumentos

La recolección de los datos se realizó a partir de dos técnicas:

La observación directa no participante, a través de la cual se buscó registrar y estudiar las emisiones seleccionadas de cada uno de los programas de la franja de análisis del Canal, a partir de las categorías propuestas. La información recolectada se organizó en una primera matriz metodológica de análisis del discurso, derivada como ya se mencionó de la propuesta de Julieta Haidar, en la cual se tuvo en cuenta tanto la conceptualización como las respectivas subcategorías.

La entrevista semiestructurada, en la cual se tuvieron en cuenta los testimonios de 5 actores relevantes, 4 de ellos directores de los programas de la franja, y el gerente del Canal, a fin de captar las significaciones de su experiencia particular, e indagar por sus prácticas comunicativas y su participación en el canal. Para este ejercicio se dispuso de un guión inicial con preguntas abiertas (Anexo 1. Preguntas base de la entrevista), que permitió la ampliación de algunos temas y tópicos que posibilitaron una recolección completa y suficiente.

Esta información se sistematizó en una segunda matriz en la cual se tuvieron en cuenta las categorías planteadas en el marco teórico de esta investigación, resistencia comunicacional, comunicación estratégica y televisión pública; y los objetivos, las categorías y las subcategorías planteadas en la matriz de entrevista semiestructurada.

A continuación se presentan las dos matrices:

Cuadro 5. Matriz observación directa no participante

UNIDAD DE ANALISIS	CATEGORIA	CONCEPTUALIZACION	SUBCATEGORIA	RESULTADOS
PROGRAMAS DE LA FRANJA DE ANALISIS	Tipología de los discursos	Corresponde a los criterios clasificatorios, que permiten definir los rasgos distintivos de un discurso. La clasificación fue de carácter descriptivo.	<i>Objeto discursivo:</i> Aquello de lo que se habla, el tema. Puesta en escena en tiempo y espacio mediático	Temas tratados en los programas
			<i>Macro operaciones discursivas:</i> Prácticas discursivas elaboradas y formales que recogen, la demostración, la argumentación, la narración y la descripción, y que se concretan en el debate, la conversación y la entrevista	Utilización de operaciones discursivas
			<i>Sujetos del discurso:</i> Sujeto de la enunciación situados en un momento y en un lugar, una en circunstancia, y un contexto.	Enunciadores generadores de opinión
	Condiciones de producción del discurso	Corresponden a las circunstancias que rodean un discurso, constituidas por una serie de formaciones imaginarias (otros discursos) de carácter subjetivo. Todo depende desde donde se habla y con quien se habla.	<i>Actualidad:</i> La relación del discurso con la coyuntura	Discursos orientados a la coyuntura
			<i>Polifonía:</i> El sujeto de la enunciación no solo produce su discurso, sino que además incorpora las voces de otros enunciadores. Interacción de múltiples voces.	Enunciadores productores de discurso en calidad de entrevistados, invitados, o en redes sociales

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 6. Matriz de categorías teóricas (materialidades y funcionamientos)

OBJETIVO GENERAL: Determinar si la propuesta comunicativa de Canal Capital 2012-2013, hace una resignificación de lo público, lo estratégico y lo hegemónico en la televisión pública de Colombia.			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	UNIDAD DE ANALISIS
Elaborar un marco teórico con las teorías específicas que sirven de referente para la comprensión discursiva de la resistencia comunicacional, la comunicación estratégica y la televisión pública.	Resistencia comunicacional	Contrahegemonía	La Controversia
		Contrainformación	Las Claves
Identificar la propuesta comunicacional que ha caracterizado a Canal Capital desde el año 2012 hasta el año 2013.	Comunicación estratégica	La comunicación como espacio relacionante	Como va la paz y los derechos humanos
		La comunicación como configuradora de prácticas sociales	Hashtag internacional
			Su madre naturaleza
			Ni reinas ni cenicientas
			El Sofá
			Fabiola Cuervo
			Margarita Pacheco
			Alejandro Jaramillo

<p>Establecer el contexto específico en el cual Canal Capital construye una estrategia y definir sus rasgos y características a partir de la franja de análisis.</p>		<p>La comunicación en clave de resistencia</p>	<p>Antonio Morales Hollman Morris</p>
<p>Determinar las categorías de resistencia comunicacional, comunicación estratégica y televisión pública, que se promueven a través de los discursos y formatos periodísticos de Canal Capital, en particular en la franja de análisis.</p>	<p>Televisión pública</p>	<p>Lo común</p>	
		<p>Lo ciudadano</p>	
		<p>Escenario de disputas por el sentido</p>	

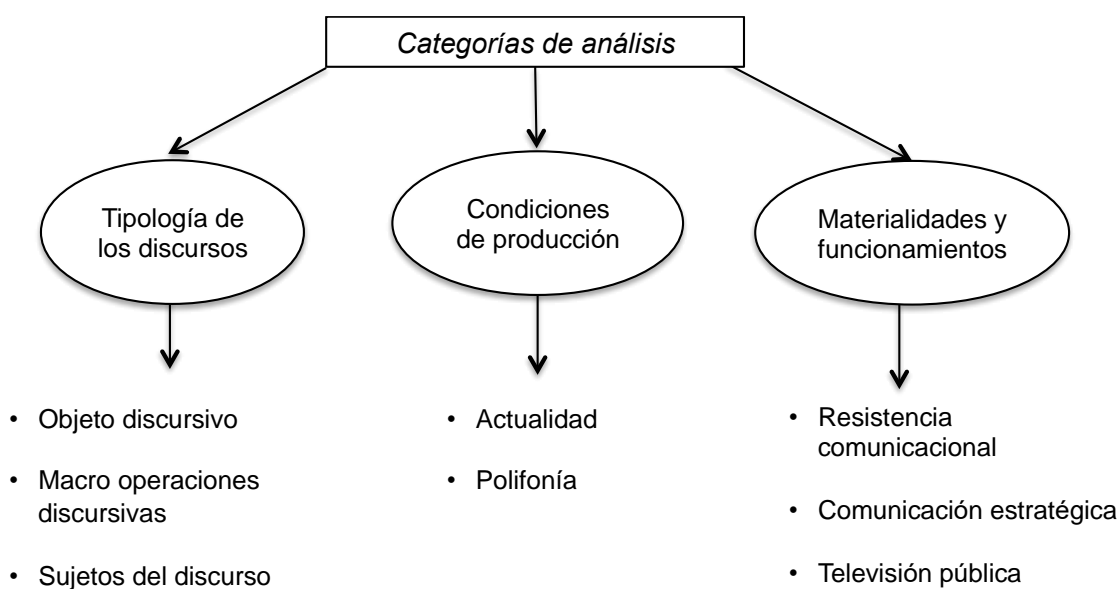
Los hallazgos planteados en las dos matrices (Anexo 2. Matriz observación directa no participante diligenciada y Anexo 3. Matriz de categorías teóricas diligenciada) resultantes de la observación directa no participante y los testimonios obtenidos en las entrevistas a los 5 actores relevantes del Canal (Anexo 4. Entrevistas), permitieron la construcción de inferencias analíticas y reflexiones críticas sobre la franja de análisis y por ende formular las conclusiones.

Capítulo 5. Presentación y análisis de resultados

En este apartado se exponen y explican los resultados de la investigación a partir de las matrices de análisis que se diseñaron para la observación directa no participante y la entrevista semiestructurada.

En el siguiente gráfico se detalla el orden de presentación de cada una de las categorías y subcategorías iniciando con las tipologías de los discursos y cerrando con las materialidades y funcionamientos.

Gráfico 2.



Fuente: Elaboración propia

5.1. Tipología de los discursos

Para comprender la tipología de los discursos de los programas de la franja de análisis se hizo una revisión a partir de tres dimensiones: en primera instancia los objetos discursivos, en segunda instancia las macro operaciones discursivas y en tercera instancia los sujetos del discursos. A través de ellas fue posible identificar los rasgos distintivos de las prácticas discursivas.

Objeto discursivo

Los temas de la franja juegan un papel preponderante en la producción discursiva, en primer lugar por que son ámbitos significativos de la coyuntura del país, tanto a nivel local y regional, como nacional e internacional; y en segundo lugar, porque a través de un lenguaje sencillo, le permiten al ciudadano común, estar informado de los asuntos prioritarios de la sociedad. “Hay una apuesta política muy clara... existe un medio de comunicación que se atreve no solo a hablar de la ciudad sino también de los temas nacional internacional, ejemplo de ello son los Diálogos de Paz entre el gobierno colombiano y las FARC en La Habana, Cuba”.⁸⁸

Las claves hace parte de un género periodístico que se encuentra en vía de extinción en las parrillas de programación de los canales públicos y privados. Ya no hay debates televisivos como estos en Colombia, a diferencia de otros países del mundo. Hay temor en la televisión privada a lo que puedan decir sus periodistas, Hacen falta los programas de opinión para que el televidente se forme criterios y entienda por qué pasa lo que pasa.⁸⁹

Los derechos humanos, la cultura de paz, las minorías, las mujeres, la actualidad mundial, el medio ambiente, aparecen en el panorama del canal, como ejes prioritarios del acontecer nacional; apuestas temáticas que se han ido constituyendo en documentos informativos y reflexivos, muchos de carácter histórico y social, desde los cuales se asume la necesidad de un cambio de conciencia en la sociedad.

Así lo expresan algunos de los directores de los programas:

Aquí no trabajamos en contra de nadie, si no por alguien. Nuevamente, estamos

⁸⁸ Entrevista con Alejandro Jaramillo, Exdirector del programa “El Sofá”, 10 de septiembre de 2013.

⁸⁹ Antonio Caballero y María Elvira Samper la nueva pareja de la televisión”. Revista Jetset.com.co. Online. Internet. 20 septiembre de 2013. Disponible FTP: <http://m.jetset.com.co/edicion-impres/temas-revista-jetset/articulo/antonio-caballero-maria-elvira-samper-nueva-pareja-television/55344>

desempolvando los derechos, mostrando rutas. No se está creando una revolución en el sentido más radical, estamos proponiendo autonomía, para que las mujeres actúen desde sí mismas, de su cuerpo y su destino, y que tengan la oportunidad, a partir de eso, ejercer una ciudadanía, exigir sus derechos. Esto quiere decir que vamos a tener mujeres tan autónomas que se luchan estar en un espacio público, un espacio político, en el que pueden contribuir a seguir avanzando o profundizando en estos Derechos.⁹⁰

En la franja de análisis hay dos programas que se diferencian: *Ni reinas ni cenicientas* y *El sofá* quienes tienen un formato de información y de debate que a veces no es tan atractivo para la audiencia en general, sino para los que se interesan por la política, por diseños de contenidos, por debates, por análisis de medios. Sin embargo, que todos los días haya un programa de análisis y debate en un canal público es una situación ideal y que esté en la franja *triple A* es aun más ideal.⁹¹

La propuesta comunicativa es generar conciencia y responsabilidad ciudadana, desde una perspectiva ética a los bogotanos, pero en enfocada hacia el país; y en el caso de los temas ambientales, por ejemplo, el tema *Bio... Nosotros en Su madre naturaleza*, nos hemos abierto a tratar temas desde las regiones; por ejemplo San Andrés, dándoles la voz a los raizales, y creo que la parte innovadora de esta estrategia de comunicación es debido a la tarea de la televisión pública de darle voz a la gente que no ha tenido voz en los medios⁹².

El abordaje temático se da explícitamente desde la perspectiva de las víctimas, reivindicando contenidos, formas distintas de pensar, e ideologías variadas, la mayoría de ellas por fuera del orden comunicacional imperante.

⁹⁰ Entrevista con Fabiola Calvo, Directora del programa “Ni reinas ni cenicientas”, 6 de septiembre de 2013.

⁹¹ Entrevista con Alejandro Jaramillo, Exdirector del programa “El Sofá”, 10 de septiembre de 2013.

⁹² Entrevista con Margarita Pacheco, Directora del programa “Su Madre Naturaleza”, 26 de septiembre de 2013.

Macro operaciones discursivas

De entrada es importante aclarar que las macro operaciones discursivas rara vez se dan de manera singular, más aún es común que se crucen entre si, y que en muchos casos en la argumentación se incluya la demostración, o en la narración se encuentre la descripción, sin embargo de manera funcional en los siete programas de la franja hay dos operaciones dominantes:

La primera es la argumentación de carácter ideológico, que comprende la refutación y el disenso. La argumentación parte de premisas o ideas compartidas por los interlocutores, que pueden ser por adhesión o por antagonismo y que a lo largo del programa van generando, acuerdos, desacuerdos y tensiones.

Este proceso argumentativo ha permitido dentro de la franja:

El reconocimiento de valores distintos

La valoración de los antagonismos

El reconocimiento de los interlocutores

La identificación de pares y contrarios

Hay una apertura a los discursos de distintas instituciones, colectivos y sujetos, desde un horizonte de sentido particular y es la consideración del otro como un legítimo otro en la diferencia y en la diversidad. Por tanto no es un discurso construido a partir de puntos de vista particulares, o sesgados, o del gobierno de turno, sino que resulta de los intereses y gustos de los individuos, donde hay un compromiso ético con lo que se presenta y se enuncia. “Para empezar está el lenguaje de la inclusión y aquí en Canal Capital, hay afrocolombianos, indígenas, comunidad LGBTI, la Franja Metro, y se tienen en cuenta las diferencias, y hablar desde la diferencia es una manera de comunicar.”⁹³

⁹³ Entrevista con Fabiola Calvo, Directora del programa “Ni reinas ni cenicientas”, 6 de septiembre de 2013.

La segunda operación es la narración, que se consolida en informes, encuestas, entrevistas, infografías, microdocumentales y/o notas de apoyo, y conforman un entramado de episodios, que enfatizan en aspectos particulares de determinado programa de la franja.

Es un discurso que narra los acontecimientos del presente, pero con la intención de cambiar el estado de las cosas, de ahí que no se quede únicamente en la apuesta informativa, sino que se complementa con el análisis, la explicación y la referencia. Esto implica la consulta de gran variedad de fuentes, y la transparencia y la verdad como dos valores fundamentales.

La propuesta discursiva de la franja se expresa en un lenguaje natural, con premisas que pueden ser probables y conclusiones que pueden ser discutibles. Lo anterior surge de la expresión abierta de distintas convicciones ideológicas, y de reconocer que el disenso es una forma de comunicación democrática y democratizadora.

Si bien, en los programas, el orador es muy influyente e impulsa una visión de mundo en correspondencia con un determinado sistema de valores, queda claro que a incorporar la voz de los excluidos mediáticamente, hay una posibilidad real de participar con otros discursos y desde otras posiciones.

Efectivamente Canal Capital es el canal de la Alcaldía y habrán directrices, pero indudablemente acá hay mucha independencia para trabajar. Este Canal ha trascendido a la comunidad, a lo que es el Distrito, y si el alcalde que fue elegido popularmente está en Ciudad Bolívar, el canal tiene que ir a donde está la noticia, donde está la información, donde no van los otros.⁹⁴

Sujeto del discurso

El sujeto enunciativo en los programas de la franja de análisis está representado

⁹⁴ Entrevista con Fabiola Calvo, Directora del programa “Ni reinas ni cenicientas”, 6 de septiembre de 2013.

de dos maneras: por una lado un grupo de periodistas y presentadores que se definen en el ámbito nacional como grandes generadores de opinión, y por otro lado, un grupo de organizaciones e instituciones que respaldan con sus prácticas discursivas las apuestas temáticas de la franja. “Siempre procuramos hacer alianzas estratégicas. Cuando estuvo Javier Ciurlizza que fue quien inició el programa de *Derechos Humanos*, estaba respaldado por el International Crisis Group. Igual sucede con *Ni Reinas ni cenicientas*, que cuenta con el apoyo de la Red de Mujeres, y Naciones Unidas”.⁹⁵

Los generadores o líderes de opinión tienen la gran responsabilidad de guiar la agenda periodística de cada programa, de ahí que su participación en las producciones del Canal correspondan con las siguientes características:

- Poseen un conocimiento socialmente validado por la academia formal, por la investigación o por el trabajo práctico

Mi experiencia de más de 20 años con el trasegar de información para mujeres, investigaciones sobre mujeres, permite abrir otros caminos. Y personalmente, he dispuesto y planteado el grupo del programa, aquí no podemos en absoluto hacer panfletos. Aquí lo que tenemos que hacer es romper. No comunicar imágenes y lenguaje panfletarios. Aquí necesitamos empezar a sacar cuál es nuestra apuesta, cuál es el valor añadido del programa, a nivel ideológico y político, y de igual manera la propuesta de imagen y la propuesta de lenguaje.⁹⁶

- Son autoridades en su tema y tienen legitimidad frente a sus receptores

En el momento en que decidí entrar a la televisión nuevamente, no conocía a Hollman Morris, sin embargo me sentí en un lugar donde de verdad se confiaba en mi capacidad profesional, y eso hacía que trabajara muy a gusto y con libertad a la hora de escoger los contenidos y el tratamiento de los temas. Tuve un muy buen equipo de trabajo, comprometido con sacar el proyecto adelante y aunque

⁹⁵ Entrevista con Hollman Morris, Gerente de Canal Capital, Bogotá, 5 de noviembre de 2013.

⁹⁶ Entrevista con Fabiola Calvo, Directora del programa “Ni reinas ni cenicientas”, 6 de septiembre de 2013.

el ambiente de trabajo es exigente por la escases de recursos y de infraestructura, logramos divertirnos mucho.⁹⁷

- Manejan variadas relaciones y un lugar social en el área en la cual participan
- Tienen gran capacidad para incorporar “otros” discursos
- Comparten un marco de valores y una visión de mundo en relación con el Canal

Como mujer, me siento que he tenido un reconocimiento en el Canal, debido a la experiencia profesional en el ámbito periodístico que he adquirido con los años, y todo ese saber lo he podido plasmar aquí. Hay que entender que existe una política y unas directrices, hay una línea editorial, pero hay una coincidencia de las propuestas de la Red con las del Canal y con mis propuestas que me hace ser coordinadora de esa red. Esa coincidencia ideológica y ética, hace que me sienta cómoda aquí, y que todo ese bagaje que tengo no se esté desperdiciado sino que se está canalizando.⁹⁸

- Son expertos en sus áreas y dominan su lenguaje y sus discursos

La propuesta nace en el seno de la Red Colombiana de Periodistas con Visión de Género, esta red es una propuesta, un proyecto, un proceso en el que sumamos hombres y mujeres periodistas y profesionales de la comunicación que tenemos como objetivo visibilizar, dar a conocer sus Derechos e informar con un lenguaje incluyente y no sexista e inquirir en las salas de redacción y en las facultades de periodismo y de comunicación.⁹⁹

Este capital intelectual y simbólico juega un papel significativo en el resultado de

⁹⁷ Entrevista con Alejandro Jaramillo, Exdirector del programa “El Sofá”, 10 de septiembre de 2013.

⁹⁸ Entrevista con Fabiola Calvo, Directora del programa “Ni reinas ni cenicientas”, 6 de septiembre de 2013.

⁹⁹ Entrevista con Fabiola Calvo, Directora del programa “Ni reinas ni cenicientas”, 6 de septiembre de 2013.

los programas, pues el director o presentador no es solo un interprete de los acontecimientos, sino un cuestionador de la realidad desde muy variadas perspectivas y un movilizador de los ciudadanos en torno a lo público y a sus derechos y deberes.

A lo anterior, se suma la participación de diversas organizaciones e instituciones cuyos discursos y apuestas políticas coinciden con los intereses temáticos de la franja y por tanto comparten la organización de la agenda periodística, dándole un sentido muy particular al discurso.

5.2. Condiciones de producción

Además de revisar los rasgos distintivos de los discursos, se identificaron las circunstancias que los rodean, generalmente constituidas por una serie de formaciones imaginarias (otros discursos) de carácter subjetivo. Para ello se trabajaron dos dimensiones: La actualidad y la polifonía.

Actualidad

“¿Cuál es el papel de la televisión pública en Bogotá? Es ahondar voces e ciudadanía para poder influir políticas. Me alegra mucho saber que a través de programas sí se han logrado cambios en la política pública. Para mí es un orgullo que un hombre que vende flores en una esquina me diga que es televidente de Su Madre Naturaleza”.¹⁰⁰

Bajo el eslogan de “televisión más humana”, Canal Capital pone en el centro de su apuesta comunicativa a los seres humanos, a las personas, como protagonistas amplios de su realidad. Por tanto al comprender la actualidad como categoría de análisis, surge la siguiente pregunta ¿de qué hablan los sujetos involucrados en la franja de opinión del canal?

¹⁰⁰ Entrevista con Margarita Pacheco, Directora del programa “Su Madre Naturaleza”, 26 de septiembre de 2013.

En primera instancia se advierte la existencia de dos tipos de discursos; los discursos oficiales y los discursos alternativos, ambas prácticas se conjugan y conforman una comprensión de la realidad desde una multiplicidad de visiones y posiciones.

Constitucionalmente todos tenemos derecho a un ambiente sano, y es evidente que para abordarlo desde el espacio ambiental tengo que comprometerme a tratar los temas multisectoriales; por eso me he metido en el tema de minería, agricultura. En el tema de las 'locomotoras' y la forma como los distintos sectores productivos están afectando el territorio y la calidad de vida. Es una manera de abordar el derecho ambiental a un ambiente saludable y el derecho a tener un paisaje, a tener una identidad cultural en el territorio.¹⁰¹

Lo fundamental es que estamos partiendo de tener en el centro al ser humano, los derechos humanos especificados en cada uno de los programas. La televisión no es solamente para entretener, que es una razón de ser, sino también es cómo entretiene, cuál es la dinámica, cuáles son los contenidos, así como también se puede entretener haciendo pedagogía, dando herramientas y elementos para que sea una sociedad crítica, dando e informando lo que la otra parte no informa. Cuando aquí hablamos de tener los derechos humanos en el centro, estamos hablando de poner al centro los Derechos de la Humanidad de quienes no se les cumplen esos derechos, a quienes están excluidas de todas las propuestas que comúnmente se plantean.¹⁰²

En segunda instancia, se observa la inclusión de una serie de temas estratégicos para la vida del país y su impacto en las prácticas cotidianas. Que se acompaña del empleo obligatorio de palabras como derechos humanos, paz, conflicto armado, democracia, entre otras. Estos temas y palabras son enunciados por sujetos de tendencias políticas distintas, en donde se reflejan además, diversos modos de entender lo público, lo político y por ende la actualidad.

¹⁰¹ Ibid.

¹⁰² Entrevista con Fabiola Calvo, Directora del programa "Ni reinas ni cenicientas", 6 de septiembre de 2013.

Esta relevancia por la actualidad conlleva una reconsideración del formato televisivo, un aprovechamiento de las redes sociales, para el análisis de la coyuntura y la generación de nuevas prácticas discursivas y nuevos sentidos, ante la importancia y poder que tiene todo aquello lo que se habla.

Esa es la diferencia de Canal Capital con otros medios. La intención no es hablar del tema pre electoral, ni de las fuerzas políticas, porque eso le quitaría una dimensión de análisis y objetividad al programa. El tema de semilla, se aúna al impacto que tuvo el documental 970, nuestro programa salió antes, y obviamente lo menciona; entonces creo que hay una cooperación entre espacios del mismo canal para que se produzcan cambios de política. Por eso es que en estos momentos la 970 está congelada. Es decir, lo logramos.¹⁰³

Polifonía

Los programas de la franja son espacios televisivos de análisis, emitidos por un experto reconocido por su capital simbólico, a nivel temático y/o periodístico, con la participación de otros emisores, sujetos de variada formación y experiencia, académicos, gente del común, profesionales etc, que aportan a los debates y permiten la diversidad de posiciones y discursos.

En cuanto al programa *Ni reinas ni cenicientas* yo creo que hemos hecho un esfuerzo por presentar otros formatos porque no tenemos una presentadora ni un presentador, nosotras le hemos dado el protagonismo total a las mujeres, mujeres que no conocen sino en su barrio, que conocen en su comunidad, mujeres que están haciendo, pero que son desconocidas pero que tiene mucho que decir y mucho que enseñar. Presentamos a las mujeres que son conocidas, a las mujeres que han alcanzado un estatus social o profesional porque también tiene mucho que decir con ese proceso y con lo que han logrado.¹⁰⁴

¹⁰³ Entrevista con Margarita Pacheco, Directora del programa “Su Madre Naturaleza”, 26 de septiembre de 2013.

¹⁰⁴ Entrevista con Fabiola Calvo, Directora del programa “Ni reinas ni cenicientas”, 6 de septiembre de 2013.

De igual manera no solo es significativa la presencia de otros discursos sino también de otros saberes, que se entremezclan entre los conocimientos populares y los conocimientos o experiencias academicistas o institucionales.

“El programa tiene un parte novedosa y es que lleva gente de las comunidades, de las zonas rurales para expresar su sentimiento y comparten el espacio con personas de altísimo nivel, ministros, ex ministros, premio Nobel, porque en el espacio Su madre Naturaleza todos somos iguales”.¹⁰⁵

Esta multiplicidad de voces, en muchos casos divergentes, también incorpora al televidente común corriente, para que opine o pregunte a través de las redes sociales, con discursos de poder y contrapoder que unas veces apoya y otra, confronta. Así mismo esta participación se extiende a escenarios por fuera del marco televisivo como paneles, conferencias, y foros de expertos entre otros, donde el discurso se amplía y cobra diversos sentidos.

El programa, básicamente, ha generado mucho impacto porque es un programa pionero en Colombia, y parece ser de toda América, por el formato y lenguaje utilizado allí. La Secretaria de la mujer y diversidad de género del Departamento del Atlántico, vino al programa porque nos comentó que siguen permanentemente a Canal Capital, y quería entrar en contacto para hablar con nosotras para ver qué intercambio podíamos hacer. En ese sentido ha habido un gran interés, y la tuvimos aquí en Bogotá para hacer un programa, y luego de esto se organizó un conversatorio para hacerlo cada dos meses en el cual se profundiza sobre algún tema tratado en *Ni reinas ni cenicientas*. A partir de esto, invitamos a las Secretarias de la mujer de los departamentos de Norte de Santander y de Antioquia, y con ellas realizamos un conversatorio profundo sobre las negociaciones de paz.¹⁰⁶

¹⁰⁵ Entrevista con Margarita Pacheco, Directora del programa “Su Madre Naturaleza”, 26 de septiembre de 2013.

¹⁰⁶ Entrevista a Fabiola Calvo, 6 de septiembre de 2013

Dentro del programa no llamaría a las personas que participan expertos, sino analistas, personas que desde su vida están comprometidas con el tema que estamos tratando, y esto conlleva a que se rompa con el formato del presentador de televisión que tiene que seguir ciertos estereotipos de imagen. Quien aparece en el programa no tiene porque cumplir con el requisito de divertir a la audiencia, sino con la la capacidad de desenvolverse en el tema que nos interesa.¹⁰⁷

Lo que se pretende es reconocer la polifonía de voces, la participación de los distintos puntos de vista e ideologías, haciendo énfasis en los mensajes y enunciados que no aparecen en los otros medios y que constituyen un pensamiento desde el contrapoder, con racionalidades de lectura y de interpretación, es decir, darle voz a los contrapúblicos. Este repertorio amplio de hablantes hace posible la interdiscursividad, los múltiples textos, unas veces orientados hacia el bien común y en otras referidos a las divergencias.

Esa polifonía es una característica de lo que debe ser la televisión humana. Si queremos un ejercicio real de democracia, todo el mundo debe hablar, sobre todo desde quienes como en esta Gerencia o como en la Alcaldía hemos sido perseguidos por pensar y hablar diferente. Nosotros no podemos reproducir esas prácticas. A mí me señalaron, me reprocharon el hecho de que Álvaro Uribe Vélez hubiera sido invitado al programa Baltazar Garzón, que cómo yo había permitido esa entrevista, y les respondí, porque no vamos a hacer iguales a ellos. El señor Álvaro Uribe tiene todo el derecho de estar en un canal público.¹⁰⁸

5.3. Materialidades y funcionamientos

Las categorías propuestas en este núcleo de análisis, se inscriben en el marco de la comunicación, como espacio central de disputas y negociaciones

¹⁰⁷ Entrevista con Alejandro Jaramillo, Exdirector del programa “El Sofá”, 10 de septiembre de 2013.

¹⁰⁸ Entrevista con Hollman Morris, Gerente de Canal Capital, Bogotá, 5 de noviembre de 2013.

permanentes por el sentido, frente a un sistema mediático que ha consolidado un pensamiento hegemónico capitalista. Estas disputas por tanto, no son únicamente semánticas sino de carácter político y social, disputas por la identidad, por el reconocimiento del otro, por la ciudadanía, por el sentido de lo público, en síntesis disputas simbólicas de resistencia y contrahegemonía.

Resistencia comunicacional

La propuesta comunicativa de Canal Capital y su agenda mediática, rompen con el modelo tradicional de carácter transmisivo propio de los medios tradicionales para aportar otra visión de la comunicación mas afinada en los procesos de negociación de significados y de construcción de sentido.

Desde esta perspectiva, la programación de la franja de análisis, se ha constituido en un escenario de construcción propositiva de los temas y asuntos de país, elaborados no solo desde los discursos dominantes, sino desde el debate colectivo en el cual salen a flote valores y pensamientos nuevos y distintos. Este ejercicio comunicativo incorpora las voces de múltiples actores, líderes de opinión y agentes sociales y amplía el derecho humano a la libertad de expresión, opinión e información. Así lo expresa su gerente:

El Canal ha tenido mucho reconocimiento del país, de la ministra de Cultura, del vicepresidente de la República, de generadores de opinión, de columnas de opinión dedicadas a Canal Capital, eso es lo que me hace entender y me muestra que esta es una propuesta ampliamente democrática. Hemos logrado que desde diferentes sectores, desde diferentes orillas políticas, a excepción lógicamente de los guerreristas de este país, digan que esto sí es una propuesta. Yo no vengo de ninguna propuesta política, entonces no se un desfile de concejales pidiendo puestos.¹⁰⁹

A lo anterior se suma la libertad y autonomía con que cuentan los directores y

¹⁰⁹ Entrevista con Hollman Morris, Gerente de Canal Capital, Bogotá, 5 de noviembre de 2013.

los productores de la franja, a la hora de proponer los temas, los enfoques, las historias y los participantes. Se habilita desde la gerencia del Canal la construcción de otras representaciones del mundo, distintas a las representaciones hegemónicas, pero a la vez en diálogo y articulación con otras experiencias, en el claro sentido de lo que Freire expresa “convivir con el diferente para juntos luchar contra el antagónico”¹¹⁰.

Canal Capital “televisión más humana” es un canal público orientado a generar espacios de comunicación cada vez más democráticos, espacios creativos e incluyentes a través de los cuales, los públicos y las comunidades, encuentran elementos y criterios para transformar sus percepciones e interpretaciones sobre los asuntos políticos, la paz, los derechos humanos, las víctimas y el conflicto armado en Colombia. Hay un lugar explícitamente propuesto para los “subalternos”, los contrapúblicos, y los sentidos diversos de la realidad cultural, política, económica, ambiental y social del país.

Hay una apuesta transversal de lenguaje, que es construir desde las víctimas, desde los olvidados, desde los sin voz. Eso lo ve uno desde las márgenes, son protagonistas los jóvenes, los indígenas, los afro, los sordomudos, los invidentes; pero como generadores de opinión, en una lectura de país inclusiva. Muchas de las cosas que se desarrollan en el Canal son ideas que yo venía trabajando desde *Contravía*,¹¹¹ hay que visibilizar y empoderar a las víctimas como sujetos de derecho, como gente valiosa para el país, no es verlas desde la lástima, sino como gente que ha dejado un legado, que se la jugó como protagonista. Entonces, cuando tú ves un Álvaro Ulcué Chocué con sus mensajes, o a Mario Calderón, Defensor de los Derechos Humanos del CINEP, a Jaime Garzón ahí hay un rompimiento. Porque aquí nos acostumbraron a ver que la voz disidente

¹¹⁰ Paulo Freire, *Pedagogía de la tolerancia*. México, Fondo de Cultura Económica y CREFAL, 2006, p. 198.

¹¹¹ Programa periodístico realizado por Hollman Morris desde junio del año 2003, como un proyecto televisivo semanal gestionado por el programa Andino para la Democracia y los Derechos Humanos - País Colombia -, y auspiciado por la Unión Europea, con el objetivo de difundir la defensa de los Derechos Humanos y fortalecer los valores democráticos, afectados gravemente por el prolongado conflicto armado y la polarización política en Colombia.

es terrorista. No. Aquí estamos empoderando otras miradas pero con respeto. No es que me “toca”, es que es la Democracia.¹¹²

El Canal logra a través de sus prácticas discursivas, reivindicar formas distintas de pensar, la mayoría de ellas por fuera del orden comunicacional imperante, fortalecer la conciencia crítica de los ciudadanos, para que se constituyan en sujetos activos de su historia y, lo más importante resignificar a la comunicación en su sentido transformador.

Comunicación estratégica

La comunicación como escenario de disputa por el sentido, es también un escenario de disputa estratégica, es decir de alianzas y movimientos que la hacen un bien público y democrático en el cual tienen posibilidad de expresión todos los actores y sectores de la sociedad.

En el caso de Canal Capital la propuesta periodística se ha ido transformando en una propuesta comunicativa en la cual los derechos humanos existen a partir de la libertad de la palabra, la información y la expresión, haciendo que la agenda mediática se organice como un espacio para la construcción del debate público. Esta posición es una estrategia de resistencia que reconfigura las prioridades informativas orientadas a los intereses particulares de los medios, en el caso de los canales privados, y presta más atención a la agenda del público (o de los contrapúblicos).

La estrategia comunicacional del Canal, se define como la “televisión humana” con un agregado mu importante, “en contextos de sociedades en conflicto armado interno”, porque eso no lo podemos perder de vista, que nosotros estamos construyendo una propuesta de cultura de paz y de Derechos Humanos, en medio de una situación de conflicto. Por lo general estas

¹¹² Entrevista con Hollman Morris, Gerente de Canal Capital, Bogotá, 5 de noviembre de 2013.

propuestas desde los medios surgen en el postconflicto, y el Canal está tratando de construirla en medio del conflicto.

Queremos ser paradigma, no solamente en Colombia, sino en el mundo, en construcción de televisiones humanas que muestren valores humanos, que promuevan la defensa de los Derechos Humanos, que promuevan una cultura de paz, y yo creo que no existe en el mundo esto. Frank La Rue, el Relator Especial para la Libertad de Expresión, un hombre guatemalteco que viene de las guerrillas, defensor de Derechos Humanos lo dijo públicamente: “*No conozco en el mundo una iniciativa como esta*” (Televisión Humana de Canal Capital). ¿Naciones Unidas qué dice?: “*es un modelo*”. Por eso estamos construyendo la propuesta, estamos llenándola de contenido con base en lo que vamos descubriendo...que todo el mundo tenga las mismas oportunidades de hablar, y a través de esto el público, el televidente, se haga juicios.¹¹³

Se trata de una estrategia que no solo busca transformar desde las prácticas discursivas las visiones de mundo, sino que pretende desde formas y acciones simbólicas de resistencia, incidir creativamente a nivel público y político. Lo anterior se evidencia en:

- El compromiso explícito con los derechos humanos
- La variedad de interpretaciones sobre los acontecimientos y la realidad, rompiendo con el pensamiento único reflejado en los medios tradicionales
- El interés por promover un proyecto político de cambio social
- El reconocimiento de la televisión como un escenario posible de crítica y análisis del pensamiento hegemónico y de expresión del pensamiento disidente y alternativo
- La producción de un sentido propio y particular de los mensajes mediáticos, por sujetos concretos y en contextos particulares
- La circulación de saberes canónicos y populares, científicos y ancestrales
- El esfuerzo comunicacional por otorgar un espacio comunicativo a las variadas voces de la sociedad que son las mayorías aunque se les consideren

¹¹³ Entrevista con Hollman Morris, Gerente de Canal Capital, Bogotá, 5 de noviembre de 2013.

hoy todavía como minorías

- El análisis de los procesos históricos del país desde un orden discursivo distinto al hegemónico y en donde tiene participación todas las voces oficiales y no oficiales

Si bien es cierto que es importante el sistema informativo del Canal, éste no se queda en lo efímero, en la coyuntura, sino que trasciende, esto ha implicado desprenderse del periodismo para empezar a construir una propuesta comunicativa, que además es una propuesta de país, porque siempre hemos discutido por un país que es excluyente, así que la televisión que tú generes tiene que ser incluyente, es una apuesta por la democracia, una propuesta política, una propuesta en defensa de los Derechos Humanos y la cultura de paz. Me encuentro con un canal de televisión que permite un cambio en los relatos frente a dramas humanitarios en Colombia, o donde sea, un cambio en el relato audiovisual que tiene que ser diferente.¹¹⁴

Hay un reemplazo de la información por la participación, propia de la democracia, de tal manera que se logra una representación de la sociedad, hasta ahora ignorada por los canales privados, promoviendo condiciones para la acción micropolítica, es decir la construcción de poder pero “desde abajo”, desde la vida cotidiana y los microespacios sociales, una acción para la transformación.

Televisión pública

La experiencia de Canal Capital de febrero de 2012 a la fecha, marca un giro bastante renovado en la concepción de televisión pública que existe hoy en Colombia, al plantear una propuesta comunicativa que se sale del cánón tradicional de la televisión educativa y cultural, para inscribirse en una perspectiva transformadora de lo público, que con lleva pensar lo cultural, no sólo desde lo artístico y lo estético, sino desde una comprensión de país y una postura audiovisual más cercana al ciudadano.

¹¹⁴ Entrevista con Hollman Morris, Gerente de Canal Capital, Bogotá, 5 de noviembre de 2013.

Hay una propuesta para el cambio cultural, es una apuesta porque está mostrando modelos, está plantando cómo cambiar imaginarios, está generando planteamientos y propuestas para el debate, está dando herramientas para la reflexión, con lo cual está haciendo una apuesta por un cambio cultural sin desconocer a los otros. Aquí se está planteando la pluralidad.¹¹⁵

El Canal como un bien social que debe representar las diferencias políticas y sociales del país, se lanza a trabajar una propuesta novedosa, escasa o mejor se diría inexistente en la televisión colombiana y es la de dar espacio mediático a una amplia franja de programas de debate y análisis de la actualidad del país y del mundo, con la participación de un variado grupo de voces muy calificadas en los temas y con el concurso de la audiencia.

En el universo de la televisión pública colombiana, en este momento Canal Capital es el medio que mejor tiene diseñada su estrategia de servicio público, en un esfuerzo por cumplir con las metas de aportar al debate público sobre los temas de la ciudad, desde luego en un entorno muy difícil, pues el canal responde también a políticas del gobierno local, y eso lo diferencia de otros canales regionales porque en otros canales regionales se agrupan por regiones o al menos por un departamento completo, acá se está pensando en una ciudad que es grande y que contiene 20 localidades. Responde mucho a la política de la *Bogotá humana*, y eso ha sido una desventaja, primero porque la oposición desde el Concejo y algunos partidos políticos de esta política del Gobierno del alcalde Gustavo Petro, se volcó también como oposición al Canal, mediante críticas fuertes lo que significa que esta vocación de servicio público está tomando incidencia porque la crítica y el ataque comenzó también hacia él (canal).¹¹⁶

La parilla del Canal en general y la franja de análisis en particular, se comprometen a impulsar la construcción de una televisión democrática a partir de tres intenciones muy claras: la primera reconocer que se está inmerso en una

¹¹⁵ Entrevista con Fabiola Calvo, Directora del programa “Ni reinas ni cenicientas”, 6 de septiembre de 2013.

¹¹⁶ Entrevista con Alejandro Jaramillo, Exdirector del programa “El Sofá”, 10 de septiembre de 2013.

sociedad compleja, cambiante y conflictiva, caracterizada por una multiplicidad de públicos y contrapúblicos que se mueven en la escena social por variados intereses la segunda, aceptar que el disenso es posibilidad expresiva y que una manera de construcción de la comunicación es desde la diferencia y la tercera, acercarse a los asuntos del país no desde la matriz instrumental, sino como un espacio relacionante que le da sentido a la vida social.

El Canal con esta propuesta que rescata lo común, como noción contemporánea de lo público, genera una ruptura significativa con la forma tradicional de hacer televisión pública en el país, y se atreve a reconfigurar sus contenidos, relatos y formatos, desde un sentido más político y ético.

Entonces, ¿cuál es el papel de la televisión pública en Bogotá? Es ahondar voces e ciudadanía para poder influir políticas. Me alegra mucho saber que a través de programas sí se han logrado cambios en la política pública. Para mí es un orgullo que un hombre que vende flores en una esquina me diga que es televidente de *Su Madre Naturaleza*.¹¹⁷

Esta resistencia comunicativa-creativa consolida a Canal Capital como una televisión donde es posible encontrar las más diversas expresiones de la ciudadanía, al promover la diversidad de actores en la escena mediática, y generar junto con ellos un intercambio de creencias, valores y prácticas discursivas. Se rompe con la visión tradicional del medio como elemento principal, para incorporar lo humano y desde allí distintas formas de conocer y de pensar, en un ejercicio de debate y análisis permanente.

Con los pocos recursos que bien se sabe maneja la televisión pública ante las restricciones de financiación existentes, el Canal logra constituirse en un nuevo espacio simbólico y de producción de sentido político y cultural, que se refleja tanto en la agenda del Canal mismo, como en la agenda temática de los programas de la franja de análisis. Allí entra en juego el capital simbólico de los

¹¹⁷ Entrevista con Margarita Pacheco, Directora del programa “Su Madre Naturaleza”, 26 de septiembre de 2013.

líderes de opinión responsables de la franja, así como sus apuestas políticas y éticas.

Yo llego aquí y me encuentro “todos los juguetes” para hacer una buena televisión, porque el tema estaba en la línea editorial y la filosofía, sin embargo fue necesario hacer la diferencia en el año 2012, con el presupuesto del 2011, pero logramos transmitir el concierto de Paul McCartney y yo me atrevo a decir que esa transmisión rompió la historia de la televisión pública en Colombia. Ahí la gente pudo palpar y ver[...] para esto sirve la televisión pública. Así que pese a las dificultades de financiación, y no solamente en Canal Capital sino en todo el país, se cambió la imagen que se tenía de que el Canal era lo peor, lo malo, lo aburrido.¹¹⁸

Con el poco presupuesto que el canal tiene logra generar innovación en contenidos y tratamiento de temas de política, de cultura y de sociedad. Y no es que no se quiera lograr un cambio en el formato sino que es por la estructura “débil” de sus estudios de televisión y no hay suficiente capacidad de tener más puestos de trabajo. Estoy seguro que las personas que tienen en sus manos al canal, quisieran tener nuevos formatos más contemporáneos con estéticas más incluyentes con los jóvenes, pero todo esto tiene un costo elevado. Se está optimizando el poco recurso que hay, y esto es bueno porque se demuestra que la gestión al utilizar recursos públicos para dar un servicio de calidad, pero a veces se convierte en contra porque se comienza a trabajar “con las uñas” y se estaría extralimitando las tareas de cada uno.¹¹⁹

La comunicación se fortalece como el escenario de las disputas por el sentido, donde se privilegian unos temas, se seleccionan unos invitados, se destacan unos discursos, y se enfatiza en otros,

Si tú me preguntas, si hacemos resistencia, yo te diría que lo que hacemos es “contraprogramar”, es decir, si Caracol TV saca *Pablo Escobar El Patrón del Mal*, y aquí viene todo el mundo y dice “Uy mire lo que está haciendo Caracol” y todo

¹¹⁸ Entrevista con Hollman Morris, Gerente de Canal Capital, Bogotá, 5 de noviembre de 2013.

¹¹⁹ Entrevista con Alejandro Jaramillo, Exdirector del programa “El Sofá”, 10 de septiembre de 2013.

el mundo se rasga las vestiduras, yo no puedo hacer eso, yo tengo que proponer lo que le corresponde a un canal público, un canal público que dice que promueve los Derechos Humanos y que además dice que “es el canal de las víctimas”, entonces para la misma semana nosotros ya estábamos pasando *Las víctimas de Pablo Escobar*. esa fue la ocasión perfecta para demostrar quiénes eramos.¹²⁰

Hay que insistir en la defensa de la televisión pública esta es una muestra de que por ser una entidad pública no funciona, porque esa ha sido la teoría del neoliberalismo: lo que es público no funciona, todo tiene que ir a lo privado para que funcione bien. Esta es una muestra de que podemos hacer conocer todos los límites porque no es solo los contenidos, periodistas, como se administra, como se piensa, como se enseña la estrategia comunicativa en todo el sentido. Esta es una opción para los que no tienen.¹²¹

Capítulo 6. Conclusiones

¹²⁰ Entrevista con Hollman Morris, Gerente de Canal Capital, Bogotá, 5 de noviembre de 2013.

¹²¹ Entrevista con Fabiola Calvo, Directora del programa “Ni reinas ni cenicientas”, 6 de septiembre de 2013.

“Que todos los días haya un programa de análisis y debate en un canal público es una situación ideal y que esté en la franja triple A es aún más ideal y eso es lo que pasa en Canal Capital”.

Alejandro Jaramillo

La historia de Colombia de larga y mediana duración no ha sido una historia de lo público, ha sido una historia del Estado puesto al servicio de los intereses particulares. Esta historia oficial, en el caso específico de la televisión, ha tenido dos periodos: uno inicial, en el cual la televisión como medio comunicación naciente, fue eminentemente pública porque no había conocimiento del negocio; y un segundo periodo, en el que, al conocer su funcionamiento y sus mecanismos, pasa a convertirse en una gran industria privada, resultante de la privatización promovida por el Estado en favor de los bienes y servicios estratégicos de la sociedad.

Los medios de comunicación, transformados en grandes empresas industriales, se constituyeron en un escenario estratégico para la política neoliberal de apertura económica y la inversión en desarrollo tecnológico, y a su vez para erigirse como formadores de opinión y movilizadores de sociedades fragmentadas.

No obstante, al margen de esta concentración mediática, han surgido con fuerza experiencias distintas, de carácter público, tanto en la televisión regional como en la televisión comunitaria, que corresponden al ejercicio de una ciudadanía libre, responsable y participativa, y que reivindican el sentido contemporáneo de lo público, el reconocimiento y la defensa de lo común, los bienes públicos ya no son solo nacionales sino globales. Como bien lo expresa Manuel Castells, los medios de comunicación ya no son el cuarto poder, sino el espacio donde se crea el poder, la arena donde se disputa el poder contemporáneo, en donde se relacionan actores políticos y sociales rivales y por supuesto intereses diversos.

El modo de pensar la comunicación mediática tradicional orientado a la acción individual y el acontecimiento efímero, se rompe con la aparición de nuevas formas de resistencia creativa, que revelan apuestas exitosas desde una perspectiva propia, más afincada en lo cultural, lo educativo y lo político, que en lo industrial y económico.

Es a partir de este marco que se consolida el proyecto televisivo de Canal Capital “televisión más humana” 2012 -2013, en el cual se demuestra que es posible pensar otra forma de comunicar y de hacer periodismo y se asume como bandera política y social la defensa de los derechos humanos y la cultura de paz. Lo anterior se constata en los siguientes hallazgos:

El Canal promueve un modo de entender el periodismo desde la reflexión y el análisis, dando lugar a nuevos discursos mediáticos, más allá de lo superficial y lo efímero. Esto obedece a una visión distinta del mundo y a una posición crítica a las formas hegemónicas de narrar y enfocar las noticias.

Lo real es visto de otro modo, el Canal reclama y reivindica el concepto contemporáneo de lo público en términos de la diversidad, la pluralidad y la inclusión, hay una representación del “otro”, desde su multiplicidad de rostros y de identidades. Hay una apertura a los discursos de distintas instituciones, colectivos y sujetos, donde están las autoridades, las instituciones del Estado, los partidos políticos, las mujeres, los indígenas, los ambientalistas, la población LGBTI, los movimientos sociales, los colectivos barriales, los discapacitados, los campesinos, las víctimas del conflicto.

Hay una transformación en el abordaje y el enfoque de los temas importantes de la agenda de país, que además de permitirle al ciudadano común, estar informado de los asuntos prioritarios de la sociedad, se constituyen en ámbitos significativos de la coyuntura, tanto a nivel local y regional, como nacional e internacional; El abordaje temático se da explícitamente desde la perspectiva de

las víctimas, reivindicando contenidos, formas distintas de pensar, e ideologías variadas, la mayoría de ellas por fuera del orden comunicacional imperante.

Los directores y presentadores de los programas de la franja de análisis, son todos ellos generadores de opinión con un gran capital intelectual y simbólico. Poseen un conocimiento socialmente validado por la academia formal, por la investigación o por el trabajo práctico, son autoridades en su tema y tienen legitimidad frente a sus receptores, manejan variadas relaciones y un lugar social en el área en la cual participan, cuentan con una gran capacidad para incorporar “otros” discursos y comparten un marco de valores y una visión de mundo en relación con el Canal.

Lo humano se constituye en el centro de su estrategia comunicativa, entendido en la perspectiva de una ética que recupera los valores de grupos sociales, comunidades y ciudadanos distintos y diferentes sin que se promueva ni el relativismo ni la generalización. Cobran sentido particular las voces de los contrapúblicos o públicos subalternos, silenciados en los medios privados, o representados de manera sesgada.

Resistencia comunicacional

La propuesta comunicativa de Canal Capital y su agenda mediática, rompen con el modelo tradicional de carácter transmisivo propio de los medios tradicionales para aportar otra visión de la comunicación mas afincada en los procesos de negociación de significados y de construcción de sentido. De ahí que se configuren e integren nuevas prácticas discursivas y mediáticas, que superan los actuales modelos de la televisión hegemónica.

Desde esta perspectiva, la programación de la franja de análisis, es un espacio de construcción propositiva de los temas y asuntos de país, en la que se incorporan el debate colectivo y la opinión de múltiples actores y agentes sociales, ampliando el derecho humano a la libertad de expresión, opinión e

información. Existe un interés particular por comunicar sobre los diversos sentidos de la realidad cultural, política, económica, ambiental y social del país, desde una racionalidad política distinta, que se rebela contra el pensamiento único: el disenso.

El Canal logra a través de sus prácticas discursivas, reivindicar formas distintas de pensar, la mayoría de ellas por fuera del orden comunicacional imperante, fortalecer la conciencia crítica de los ciudadanos, para que se constituyan en sujetos activos de su historia y, lo más importante vivir la comunicación en su sentido transformador.

El Canal se constituye en una posibilidad de comunicación de "otra manera", cultural y política, que tiene que ver con hacer de la comunicación un derecho y una herramienta para el afianzamiento de la democracia.

Comunicación estratégica

El proyecto de Canal Capital 2012- 2013, ha pasado de ser una propuesta eminentemente periodística, para transformarse en una propuesta comunicativa en la cual los derechos humanos y la cultura de paz se constituyen en sus ejes transversales. Esta posición se corresponde con una estrategia de resistencia comunicacional que reconfigura las prioridades informativas orientadas a los intereses particulares de los medios, en el caso de los canales privados, y presta más atención a la agenda del público (o de los contrapúblicos).

Es una estrategia que además de transformar desde la comunicación, pretende incidir creativamente en la sociedad a partir de acciones simbólicas de resistencia. Como ya se mencionó en capítulo de análisis de los resultados, la franja de análisis y el Canal se caracterizan por:

- El compromiso explícito con los derechos humanos
- La variedad de interpretaciones sobre los acontecimientos y la realidad

- El interés por promover un proyecto político de cambio social
- El reconocimiento de la televisión como un escenario posible de crítica y análisis del pensamiento hegemónico y de expresión del pensamiento disidente y alternativo
- La producción de un sentido propio y particular de los mensajes mediáticos, por sujetos concretos y en contextos particulares
- La circulación de saberes canónicos y populares, científicos y ancestrales
- El esfuerzo comunicacional por otorgar un espacio comunicativo a las variadas voces de la sociedad que son las mayorías aunque se les consideren hoy todavía como minorías
- El análisis de los procesos históricos del país desde un orden discursivo distinto al hegemónico y en donde tiene participación todas las voces oficiales y no oficiales
- La construcción de poder “desde abajo”, desde la vida cotidiana y los microespacios sociales.

Televisión pública

La propuesta comunicativa del Canal replantea la concepción que se tiene de la televisión pública, al reconfigurarla en su sentido y su accionar, no solo desde el punto de vista formal, a nivel estético, (géneros y formatos) sino desde el punto de vista de los contenidos, lo que redimensiona estratégicamente la industria audiovisual poniendo en el centro al ciudadano y no exclusivamente al consumidor. Se pasa del ejercicio de la transmisión diaria de los discursos, a la construcción de nuevas significaciones y transformaciones de carácter simbólico.

El Canal representa entonces en su parrilla las diferencias políticas y sociales del país, y le apuesta a trabajar en un periodismo que no solo investiga sino que analiza los acontecimientos, un tipo de periodismo q hoy es escaso o mejor inexistente en los canales nacionales y regionales de Colombia. La franja de análisis cuenta con programas de debate sobre la actualidad del país y del

mundo, en la que participan un variado grupo de voces y posturas políticas y éticas.

Esta resistencia comunicativa-creativa consolida a Canal Capital como una televisión donde es posible encontrar las más diversas expresiones de la ciudadanía, al promover la diversidad de actores en la escena mediática, y generar junto con ellos un intercambio de creencias, valores y prácticas discursivas.

Este proyecto se logra a pesar de las restricciones de financiación que tiene no solo el Canal, sino en general la televisión pública del país. Lo realmente valioso está en el capital simbólico de los líderes de opinión responsables de la franja, y en su capacidad creativa e innovadora.

Canal Capital es un nuevo espacio público, en el que tienen lugar una gran pluralidad de actores y de lecturas críticas, que hacen posible el ejercicio de una contrahegemonía comunicativa y una resistencia creativa; un medio televisivo donde lo disidente y lo divergente se dan el marco del respeto y la diversidad de opiniones, un canal que informa, narra e interpreta la historia del presente, una televisión como reza su eslogan, más humana.

Desde esta perspectiva la televisión pública reconfigura desde el Estado una acción contrahegemónica, en medio de un modelo hegemónico neoliberal, donde la comunicación estratégica es utilizada en pro de la desregulación y la privatización. Canal Capital resignifica no solo lo estratégico desde el Estado y lo robustece desde las lógicas de lo público, sino que participa dentro del juego de poder, y dentro de ese juego, resiste.

Bibliografía

Alfaro, Rosa María. *Otra brújula: innovaciones en comunicación y desarrollo*, Lima, Calandría, 2006.

Amin, Samír y Toutart, Francois, *Mundialización de las resistencias: Estado de las luchas*. Colombia. Ediciones desde abajo, 2007.

“Antonio Caballero y María Elvira Samper la nueva pareja de la televisión”. *Revista Jetset.com.co*. Online. Internet. 20 septiembre de 2013. Disponible FTP: <http://m.jetset.com.co/edicion-impres/temas-revista-jetset/articulo/antonio-caballero-maria-elvira-samper-nueva-pareja-television/55344>

Biardeau, Javier. “¿Contra-hegemonía comunicacional?”. (5 agosto 2009): Online. Internet. 10 abril 2012. Disponible FTP: <http://www.aporrea.org/medios/a83758.html>

Benavides, Julio Eduardo. *Historia de la televisión en Colombia y su función pública (1953-1958)*, Bogotá, Facultad de Ciencias Humanas, Departamento de Historia, Universidad Nacional de Colombia, 2012.

Canal Capital. Política de Calidad. Online. Internet. 1 de septiembre de 2013. Disponible FTP: www.canalcapital.gov.co

Cassigoli, Armando. "Sobre la contrainformación y los medios alternativos" en *Comunicación alternativa y cambio social*, México, Premio, 1989.

Castells, Manuel. *Comunicación y poder*, Madrid, Alianza, 2009.

Cifras & Conceptos S.A. Información inteligente, IV Panel de Opinión 2012 Medición julio 1 – septiembre 30 de 2012.

_____ V Panel de Opinión 2013 Medición julio 8 – septiembre 20 de 2013

Comisión Nacional de Televisión y otros, “Televisión pública regional: realidad y futuro”, En *Colección Televisión y Educación*, Volumen 4, Bogotá, Comisión Nacional de Televisión, 1998.

Consejo Mundial de Radio y Televisión. *La radio y televisión pública. ¿Por qué? ¿Cómo?*, Quito, Oficina de Unesco, 2008.

Dabas, Elina. *Viviendo redes. Experiencias y estrategias para fortalecer la trama social*, Buenos Aires, Ediciones Ciccus, 2006.

De Certeau, Michel. *La invención de lo cotidiano. El arte de hacer*, México, Universidad Iberoamericana, 1996.

De Sousa Santos, Boaventura. *Crítica de la razón indolente. Contra el desperdicio de la experiencia*, Bilbao, Desclée de Bouver, 2003.

Decreto ley 182 del 20 de enero 1995. Congreso de la República de Colombia. Diario Oficial No. 41.681

Decreto ley 1507 del 10 de enero 2012. Congreso de la República de Colombia. Diario Oficial No. 48.308

Deleuze, Gilles y Guattari, Felix. *Mil mesetas: capitalismo y esquizofrenia*, Valencia, Editorial Pre-textos. 1980.

Díaz, Martha y Peña, Jesús. “Diálogo con Jesús Martín Barbero: En la televisión pública debe haber más país”. *Revista Iberoamericana de Comunicación*. Número 3-4 (Mayo –diciembre de 2010): 3 pp. Online. Internet. 5 agosto 2013. Disponible FTP: http://www.infoamerica.org/icr/n03_04/barbero.pdf

Foucault, Michel *Genealogía del racismo*, La Plata, Argentina, Editorial Altamira, 1996.

Foucault, Michel. *Historia de la sexualidad I: la Voluntad de Saber*, España, Siglo Veintiuno Editores, 1998.

_____ *Microfísicas del poder*, Madrid, Ediciones de La Piqueta, 1979.

_____ “La ética del cuidado de sí como práctica de la libertad”. en *Obras esenciales III. Estética, ética y hermenéutica*, Barcelona, Paidós Básica, 1999.

_____ “No al sexo rey. Entrevista por Bernard Henry-Levy”, en *Un diálogo sobre el poder*, Barcelona, Altaya, 1994.

Fraser, Nancy. *Iustitia Interrupta. Reflexiones críticas desde la posición “postsocialista”*, Santafe de Bogotá, Siglo del Hombre Editores, 1997.

Freire, Paulo. *Pedagogía de la tolerancia*. México, Fondo de Cultura Económica y CREFAL, 2006.

Fundacion Corona, Universidad Javeriana, Camara de Comercio de Bogotá y Casa Editorial El Tiempo. Encuesta de Percepción Ciudadana Bogotá 2013. Bogotá como vamos.

Fundación Konrad Adenauer. *Televisión pública: experiencias de Alemania y Latinoamérica*, Buenos Aires, FKA, 2009.

García, Ana Patricia. “Televisión en Colombia: Surgimiento de los canales regionales”. *Revista Virtual Luciérnaga*, Año 4, No. 7. Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. (2012): Online. Internet. 8 agosto 2013. Disponible FTP:

www.politecnicojic.edu.co/luciernaga7/pdf/3_canales_regionales.pdf

García Canclini, Nestor. “¿De qué hablamos cuando hablamos de resistencia?”. *Revista Estudios Visuales*, No. 7. (2009): Online. Internet. 10 marzo 2012.

Disponible FTP: estudiosvisuales.net/revista/pdf/num7/02_canclini.pdf

Garzón, Juan Carlos. “Televisión en Colombia: De la Entidad Autónoma, -CNTV-, a la nueva Agencia Nacional Estatal, -ANTV-. Cinco claves de interpretación de un modelo institucional insepulto”. (18 febrero 2013). Online. Internet. 15 marzo 2013.

Disponible FTP: <http://juancarlosgarzonbarreto.blogspot.com/2013/02/television-en-colombia-de-la-entidad.html>

Grupo de investigación “América Latina: Filosofía Social y Axiología” (GALFISA), *Pensar la emancipación desde América Latina*. Santa Cruz de Tenerife, Editorial Independiente de Canarias, 2010.

_____ *Paradigmas emancipatorios y movimientos sociales en América Latina: Teoría y Praxis*. Cuba. Instituto de Filosofía de La Habana, 2006.

Guattari, Felix y Suely Rolnik. *Micropolítica. Cartografías del deseo*, Madrid, Traficantes de Sueños, 2006.

Haidar, Julieta. *Debate CEU – Rectoría. Torbellino pasional de los argumentos*, México, UNAM, 2006, p. 81.

_____ “El poder y la magia de la palabra. El campo del análisis del discurso”. (2011), Online. Internet. 25 junio 2013. Disponible FTP: www.uam.mx/cdi/pdf/publicaciones/produccion/poder.pdf

Krohling Kunsch, Margarida. “Comunicação organizacional na era digital: contextos, percursos e possibilidades”, *Revista Signo y Pensamiento*, (Bogotá), 51 (julio – diciembre 2007): 40-47.

Laclau, Ernesto y Chantal Mouffe. *Hegemonía y estrategia socialista. Hacia una radicalización de la democracia*, Madrid, Siglo XXI, 1987.

Lazzarato, Mauricio, *Por una política menor. Acontecimiento y política en las sociedades de control*, Madrid, Traficantes de Sueños, 2006.

López, Sara y Gustavo Roig, “Del tam-tam al doble click: una historia conceptual de la contrainformación”, (2004): Online. Internet. 21 noviembre 2011. Disponible FTP: <http://info.nodo50.org>

Maingueneau, Dominique. *Análisis de textos de comunicación*, Buenos Aires, Ediciones Nueva Visión, 2009.

Maldonado, Efendy. *La perspectiva trasmetodológica en la coyuntura de cambios civilizatorios a inicios del siglo XXI*, La Paz, Universidad Andina Simón Bolívar, 2011.

Martin Barbero, Jesús. *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Bogotá, Unidad Editorial del Convenio. Andrés Bello, 2003.

_____ “Una política de Estado para la televisión pública”. (2007): 7 pp. Online. Internet. 15 abril de 2013. Disponible FTP: En: <http://www.mediaciones.net/2007/01/una-politica-de-estado-para-la-television-publica/>

Martín Barbero, Jesús, Germán Rey y Omar Rincón. “Televisión pública, cultural, de calidad”. *Revista Gaceta*. No. 47 (Diciembre 2000): Online. Internet. 30 junio de 2013. Disponible FTP: http://www.comunicacionymedios.com/comunicacion/television/textos/martin_barbero_tvpublicacalidad.htm

Massoni, Sandra. *Estrategias. Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido*, Rosario, Homo Sapiens Ediciones, 2007.

_____ “Comunicación estratégica: somos seres en-red-dándonos”. *FISEC-Estrategias*. Edición 17. Volumen 1. Año V. Número 12. (2009): 24 pp. Online. Internet. 14 junio 2013. Disponible FTP: www.cienciared.com.ar/ra/doc.php?n=1119

Maturana, Humberto. *Emociones y lenguaje en educación y política*, Santiago de Chile, Centro de Educación del Desarrollo (CEO) Ediciones Pedagógicas, 1992.

Miralles, Ana María. “¿Por qué el miedo al disenso?” Online. Internet. 16 septiembre 2012. Disponible FTP: <http://www.rnw.nl/espanol/article/¿por-qué-el-miedo-al-disenso>

Mojica, Francisco José. *Análisis del siglo XXI. Concepto de prospectiva*, México, Alfaomega, 1998.

Molina Valencia, Nelson, *Tesis doctoral Resistencia Comunitaria y Transformación de Conflictos. Un Análisis desde el Conflicto Político- Armado de Colombia*. Barcelona. Unitat de Psicologia Social Departament de Psicologia de

- la Salut i de Psicologia Social Universitat Autònoma de Barcelona, 2004.
- Negri, Antonio y Michael Hardt. *Commonwealth: El proyecto de una revolución del común*, Barcelona, Akal, 2011.
- Negri, Antonio y Michael Hardt. *Multitud. Guerra y democracia en la era del Imperio*, trad Bravo Juan Antonio, Buenos Aires, Debate, 2004.
- Nieto, Jaime Rafael. *Resistencia: capturas y fugas del poder*, Bogotá, Ediciones Desde Abajo, 2008.
- Orozco, Guillermo. *Al rescate de los medios*, México, Universidad Iberoamericana y Fundación Manuel Buendía, 1994.
- _____ “Audiencias, televisión y educación: una deconstrucción pedagógica de la 'televidencia' y sus mediaciones. *Revista Iberoamericana de Educación*. OEI. No. 27. (2001): pp. 157. Online. Internet. 15 marzo 2013. Disponible FTP: <http://www.rieoei.org/rie27a07.PDF>
- Pérez, Rafael Alberto y Sandra Massoni, *Hacia una teoría general de la estrategia*. Barcelona, Editorial Ariel S.A., 2009.
- Perniola, Mario. *Contra la comunicación*, Buenos Aires, Amorrortu Editores, 2006.
- Plan de Desarrollo Económico, Social, Ambiental y de Obras Públicas para Bogotá 2012 – 2016.
- Porzecanski, Teresa. *Somos cuerpo: itinerarios y límites*, Montevideo, Ediciones Trilce, 2011.
- Rey, Germán. “La Nueva Ley de Televisión, o el Síndrome del Comunero”. (16 enero 2012). Online. Internet. 15 marzo 2013. Disponible FTP: <http://www.razonpublica.com/index.php/econom-y-sociedad-temas-29/2660-la-nueva-ley-de-television-o-el-sindrome-del-comunero.html>
- Rincón, Omar. “Hacia una televisión experimental y gozosa”, en *Televisión pública del consumidor al ciudadano*, compilador por Omar Rincón, Colombia Convenio Andrés Bello y Fundación Friedrich Ebert Stiftung, 2001.
- Rosello, Tamara. “Más que “la otra”, hagamos nuestra comunicación”, (2010): Online. Internet. 10 abril 2011. Disponible FTP: <http://cmlk.org>
- Sábato, Ernesto. *La resistencia*, Buenos Aires, Editorial Planeta / Seix Barral, 2000.

Sánchez Baute, Alonso, "Entrevista al alcalde Gustavo Petro en lanzamiento de El Sofá". (junio de 2012): Online. Internet. 10 septiembre 2013. Disponible FTP: <http://www.canalcapital.gov.co>

Sánchez Ruiz, Enrique. *La investigación latinoamericana de la comunicación y su entorno social: notas para una agenda*, Guadalajara, Universidad de Guadalajara, 2002.

Santander, Pedro."Comunicación medial y construcción de contrahegemonía: Buscando intersticios", *Revista Artigos* Volumen 4, Número 4, (2003): Online. Internet. 10 abril 2011. Disponible FTP: <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista16/artigos%2016-3.htm>

Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. El eje transversal de Canal Capital será la defensa y promoción de los derechos humanos: Hollman Morris (1 mayo 2012): Online. Internet. 16 septiembre 2013. Disponible FTP: <http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/portal/node/610>

Silva, Víctor y Browne, Rodrigo. *Antropofagias. Las indisciplinas de la comunicación*. Madrid, Editorial Biblioteca Nueva, 2007.

Uranga, Washington. "Mirar desde la comunicación. Una manera de analizar las prácticas sociales: 18 pp. Online. Internet. 14 junio 2012. Disponible FTP: www.wuranga.com.ar

_____ "Para pensar las estrategias en la planificación desde la comunicación", (2011): Online. Internet. 14 junio 2012. Disponible FTP: www.wuranga.com.ar

_____ "Prospectiva estratégica desde la comunicación: Una propuesta de proceso metodológico de diagnóstico dinámico y planificación", (2008): Online. Internet. 14 junio 2012. Disponible FTP: www.wuranga.com.ar

Van Dijk, Teun. "De la Gramática del Texto al Análisis Crítico del Discurso Una breve autobiografía académica". (Diciembre 2006): Online. Internet. 26 junio 2013. Disponible FTP: <http://www.discourses.org/cv/De%20la%20gramatica%20del%20texto%20al%20analisis%20critico%20del%20discurso.pdf>.

Vargas, Lina, “¿Tendrá por fin canal la capital?” *Revista Arcadia.com* (2012): Online. Internet. 16 septiembre 2013. Disponible FTP: En: <http://www.revistaarcadia.com/Imprimir.aspx?idItem=29046>

Vidal, José Ramón. “No nos interesa manipular, ni tan siquiera persuadir, sino que nuestra comunicación tiene como fin construir visiones compartidas”, (2009): Online. Internet. 10 abril 2011. Disponible FTP: <http://cmlk.org>

_____ “Por una alternativa de comunicación contrahegemónica”. (2009): Online. Internet. 10 abril 2011. Disponible FTP: http://www.lajiribilla.cu/2009/n409_03/409_18.html

Walsh, Catherine. *Pensamiento crítico y matriz (de) colonial. Reflexiones latinoamericanas*. Quito. Universidad Andina Simón Bolívar / Abya-Yala, 2005.

www.canalcapital.gov.co.

www.tendencias21.net/fisec

Entrevistas

Calvo, Fabiola. Entrevista directora del programa “Ni reinas ni cenicientas”, 6 de septiembre de 2013.

Jaramillo, Alejandro. Entrevista exdirector del programa “El Sofá”, 10 de septiembre de 2013.

Morales, Antonio, equipo periodístico Canal Capital, 29 de agosto de 2013.

Morris, Hollman. Entrevista gerente de Canal Capital, Bogotá, 5 de noviembre de 2013.

Pacheco, Margarita. directora del programa “Su Madre Naturaleza”, 26 de septiembre de 2013.

Anexos

Anexo 1. Preguntas base de la entrevista

Anexo 2. Matriz observación directa no participante

Anexo 3. Matriz de categorías teóricas)

Anexo 4. Entrevistas

Anexo 1. Preguntas base de la entrevista

1. ¿Cómo define la propuesta (estrategia) comunicativa de Canal Capital? Y, ¿cómo se articula con la apuesta de la Bogotá Humana?
2. ¿En qué se diferencia de las propuestas comunicativas de los demás canales públicos regionales?
3. ¿Qué lenguajes, técnicas y visiones aporta el Canal y en particular la franja de análisis o el programa que usted dirige?

4. ¿Se podría decir que el Canal y/o la franja de análisis hace resistencia comunicacional? Entendida la resistencia como acto creativo, desde la propuesta de Michel Foucault, es decir una comunicación contrahegemónica y contrainformativa.

5. ¿Usted considera que el Canal ha logrado transitar del acontecimiento efímero a cambios estructurales en la forma de hacer comunicación? ¿de que manera?

6. ¿Qué criterios y conceptos se tuvieron en cuenta para organizar la programación del Canal y en particular la franja de análisis?

7. ¿Cuál es la responsabilidad política y ética de la televisión pública en Colombia, más allá de sus funciones educativas y culturales?

Anexo 2. Matriz observación directa no participante

PROGRAMA	VARIABLE 1. TIPOLOGIA DE LOS DISCURSOS			VARIABLE 2. CONDICIONES DE PRODUCCION DEL DISCURSO	
	Objetos discursivos	Macro operaciones discursivas	Sujetos del discurso	Actualidad	Polifonía
La Controversia	<p>Actualidad nacional:, política, gobierno, Gobierno de Juan Manuel Santos Paros Proceso de paz Libertad de prensa Movimientos políticos en torno a las elecciones Reforma política</p>	<p>Panel y debate, mezcla de prácticas discursivas, argumentación y demostración</p>	<p>León Valencia Agudelo: reconocido defensor de derechos humanos Fue miembro del comando central del grupo guerrillero ELN en la década del ochenta. En 1994 participó en la firma de un acuerdo de paz con el gobierno nacional que lo llevó a su reintegración a la vida civil. Columnista de los diarios El Tiempo de Bogotá y El Colombiano de Medellín y en revistas como Semana, Diners y Credencial. Actualmente es el director de la Corporación Nuevo Arco Iris.</p> <p>Corporación Nuevo Arco Iris: Centro de pensamiento, investigación y acción social para la reconciliación, que construye análisis, impulsa iniciativas y pro- mueve acciones en relación con el conflicto armado, la paz, el post- conflicto y la seguridad para contribuir a la profundización de la democracia y la construcción de alternativas de equidad social.</p>	<p>Discursos oficiales, discursos disidentes, tendencias políticas distintas</p>	<p>Participación de distintos invitados, de todas las orientaciones políticas, sociales, y económicas, tanto de derecha como de izquierda, que permiten la diversidad y confrontación de puntos de vista y una lectura de los temas desde todos los abordajes posibles. Se da la posibilidad de interacción de múltiples voces</p>

Las Claves	Actualidad nacional y coyuntura: política, gobierno, temas sociales DemocraciaProceso de paz y negociaciones en la HabanaPostconflictoFalla de la HayaReforma del campoPartidos políticos	Debate, coloquio	Antonio Albiñana: Periodista y analista internacional. Ha sido corresponsal del Diario de Barcelona, la Agencia de Prensa Libération, que fundara Jean-Paul Sartre, Europa Press, y Grupo 16 entre otros. Ha sido director, editor y redactor de revistas en Europa y fundador y director durante cinco años de la edición española de Le Monde Diplomatique. En Colombia, donde reside desde hace 9 años, es corresponsal de Público y ha ejercido la cátedra de Análisis de Medios en varias universidades. En la actualidad es colaborador para cuestiones internacionales del diario Colombiano de Medellín y El Tiempo de Bogotá.	Discursos oficiales, discursos de expertos, posiciones distintas	Sujetos con discursos diversos, complementarios unas veces antagónicos otras, presencia de variadas voces, intercambio dialógico
------------	--	------------------	--	--	--

<p>Como va la paz y los derechos humanos</p>	<p>Conflicto armado, paz y derechos humanos, "proceso de paz" en Colombia y el conflicto con las FARC. Impunidad. Justicia transicional, víctimas, postconflicto</p>	<p>Entrevista, Argumentación</p>	<p>Baltasar Garzón: Jurista español radicado en Argentina. Antiguo magistrado de la Audiencia Nacional, ejerce actualmente como asesor del Tribunal Penal Internacional de La Haya y forma parte del equipo de abogados que defiende a Julian Assange, el fundador de Wikileaks.</p> <p>Pedro Medellín: Economista, Doctor en Ciencias Políticas y Doctor en Ciencias Económicas. Areas de experticia son la economía y política, los estudios de gobierno y las políticas públicas. En la actualidad es profesor titular de la Universidad Nacional de Colombia y profesor del programa de doctorado en Gobierno y Administración Pública del Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset, adscrito a la Universidad Complutense de Madrid. Columnista del diario El Tiempo de Bogotá, colaborador ocasional de varias revistas y diarios internacionales.</p> <p>La Fundación Internacional Baltasar Garzón (FIBGAR) es una Fundación privada de carácter social, sin ánimo de lucro, constituida en defensa de los Derechos Humanos y la Jurisdicción Universal.</p>	<p>Discursos oficiales, discursos alternativos</p>	<p>Narradores múltiples desde distintas posiciones ideológicas, senadores, víctimas del conflicto armado, voceros de movimientos sociales y ongs, figuras de la política, líderes de las minorías</p>
--	--	----------------------------------	--	--	---

Hashtag internacional	temas nacionales con perspectiva internacional, temas internacionales con perspectiva local. Las protestas de los musulmanes, soberanía de San Andrés, litigio Colombia Nicaragua, Fallo de la Haya, Diplomacia deportiva, Parlamentos regionales, afrodescendientes en américa, Movilizaciones campesinas en América Latina, cambio climático	Debate, panel, entrevista, interacción redes sociales, infografías	Laura Gil: De nacionalidad uruguaya, es politóloga, experta en relaciones internacionales y académica. Ha sido consultora y observadora en temas de derechos humanos de las Naciones Unidas y de la OEA en Haití y de diversos centros de investigación y organizaciones no gubernamentales. Además, es profesora de la Academia Diplomática San Carlos y columnista del diario El Tiempo de Bogotá, desde 1997.	Discursos oficiales, discursos de expertos, discursos de la gente común a través de las redes sociales, la academia	Participación de profesores y estudiantes de la Tadeo, en la asesoría de los temas a tratar en cada programa, los profesores participan como panelistas y los estudiantes son los q manejan las redes sociales del programa. Multiplicidad de voces, en muchos casos divergentes, también incorpora al televidente común corriente, para que opine o pregunte a través de las redes sociales, con discursos de poder y contrapoder que unas veces apoya y otras, confronta.
-----------------------	--	--	---	---	---

Su madre naturaleza	Medio Ambiente, biodiversidad, gestión ambiental, la locomotora minera, la locomotora agraria, territorio, agua, semillas, gestión del riesgo, conservación de los ecosistemas, voces raizales	Panel, entrevistas, informes	Margarita Pacheco: Arquitecta, planificadora ambiental, consultora nacional e internacional en temas de gestión ambiental participativa, formulación de planes y programas, de desarrollo local relacionados con usos del suelo, manejo integral del recurso hídrico, manejo de residuos sólidos, con perspectiva de equidad de género. Ha sido profesora del Instituto de Estudios Ambientales de la Universidad Nacional y del programa "Mejores Ciudades y Poblaciones" de la Universidad Pedagógica Nacional. Actualmente es asesora en el proyecto ONU Hábitat – FOPAE y miembro de la Red Latinoamericana de Estudios Ambientales Urbanos.	Discursos oficiales, discursos de expertos, Discursos alternativos, la academia	Hay un repertorio amplio de opiniones de expertos, desde distintos sectores y con visiones divergentes en algunos casos y ocnensuadas en otros. Académicos, ecologistas prestigiosos
---------------------	--	------------------------------	--	---	--

Ni reinas ni cenicientas	Derechos de las mujeres, política pública, discriminación, mujeres y oficios, mujeres y profesiones, mujeres y ciudad, historias cotidianas de las mujeres	Entrevistas, historias de vida, crónicas, relatos	<p>Fabiola Calvo Ocampo: Doctora en Ciencias Políticas y Sociología. Periodista, pedagoga, poeta y escritora. Investigadora de los fenómenos sociales y políticos en Colombia. Docente universitaria en áreas de las Ciencias Sociales. Consultora para organismo internacionales Investigadora sobre mujeres migrantes; mujeres periodistas en un país en conflicto armado; y participación política de las mujeres en Colombia. Fue reconocida con un premio de periodismo por el Parlamento Europeo en el año 2007, por sus trabajos a favor de las causas del feminismo y los inmigrantes. Socia fundadora y directiva de la Red Internacional de Periodistas con Visión de Género, actualmente es la Coordinadora General Red Colombiana de Periodistas con Visión de Género.</p> <p>Red Colombiana de Periodistas con Visión de Género. Es un tejido de periodistas y profesionales de la comunicación que trabajan por la información y la comunicación desde un enfoque de género, visibilización a las mujeres y promoción de sus derechos; a través de un lenguaje incluyente no sexista.</p>	Discursos alternativos, discursos cotidianos	Mujeres de barrio, mujeres profesionales, expertos el protagonismo total a las mujeres, mujeres desconocidas. Presencia de distintos discursos y saberes, que se entremezclan entre los conocimientos populares y los conocimientos o experiencias academicistas o institucionales
--------------------------	--	---	---	--	--

El Sofá	Derechos de la población LGBTI, transgeneristas, políticas públicas. Literatura, diversidad sexual y de género, educación sexual, VIH, matrimonio igualitario, inclusión	Magazín con entrevistas, crónicas	Alejandro Jaramillo: Psicólogo, magister en Comunicación y Educación y en Teatro y Artes Vivas. Tiene amplia experiencia como investigador en temas de cultura, comunicación y educación, y en el diseño y dirección creativa de programas televisivos, educativos y culturales, dirigidos a audiencia infantil y juvenil. Actualmente es Docente adscrito del Instituto de Estudios en Comunicación de la Universidad Nacional de Colombia.	Discursos disidentes, discursos alternativos, discursos de expertos	Sujetos con discursos distintos, de variada formación, del sector privado y público, historias de vida, lecturas de la propia vida, conversación entre actores
---------	--	-----------------------------------	--	---	--

Anexo 3. Matriz de categorías teórica

Este es un ejemplo de lo consignado en la matriz por programa y entrevistado, que por razones de espacio y de sus dimensiones no se presenta totalmente

Unidad de Análisis	Resistencia comunicacional	Comunicación estratégica	Televisión pública
La Controversia	<p>La comunicación se convierte en un espacio de disputa política, comunicación implica información, formación y sentidos (valores). Multiplicidad de actores, de líderes de opinión y de interpretaciones. Incorpora espacios y ejercicios de poder en los cuales no se tenía participación. Se denuncia y se actúa creativamente contra condiciones de exclusión en uno o varios ámbitos. Se amplía la expresión de la diversidad. Las comunidades y el público pueden llegar a transformar las percepciones e interpretaciones sobre los asuntos políticos, sociales, de la paz, los derechos humanos, las víctimas y el conflicto armado de Colombia</p>	<p>Alianzas con movimientos sociales y comunitarios para formar base comunicativa temática y ganar sostenibilidad a la comunicación como un bien público y democrático. La comunicación como un espacio de disputa estratégica. Libertad de expresión de todos los actores y sectores de la sociedad. Diversificación de las agendas públicas para el debate. Se enmarca como estrategia para hacer frente a situaciones de dominación mediática en temas (la derecha por ejemplo) Acciones simbólicas que conllevan la participación y la toma de postura.</p>	<p>Se recupera el carácter público de la televisión y se promueve la diversidad de actores en la escena mediática. libertad de expresión y el derecho a la comunicación. Reconstrucción de un medio público de calidad. Espacio de ejercicio de la ciudadanía y del desarrollo social. La televisión como un nuevo espacio simbólico para la producción del sentido político. Una apuesta hacia un proyecto de transformación social. Se protegen los intereses y principios que conectan a los miembros de la izquierda</p>

<p>Fabiola Cuervo</p>	<p>Es una propuesta alternativa. Cuando tu sintonizas Canal Caracol, RCN, o cualquiera de las opciones de programación privada y no te gusta ninguna, optas por Canal Capital: allá veo análisis, veo otras posibilidades otras propuesta que en este momento no están en las otras televisiones, y si están son diseñadas con formatos tradicionales manteniendo las mismas fuentes, las fuentes de élite, manteniendo aquellas fuentes partícipes del poder bien sea ecológico, político o el que sea por lo cual, lo que hace Canal Capital es presentar otra propuesta donde está la gente que ha sido excluida, donde están las minorías, donde están los que no se han tenido en cuenta. Entonces hay otras maneras de contar, es decir, estamos mostrando la cara de la otra Colombia. Aquí no trabajamos en contra de nadie, si no por alguien. Nuevamente, estamos desempolvando los Derechos, mostrando rutas. No se está creando una revolución en el sentido más radical, estamos proponiendo autonomía, para que las mujeres actúen desde sí mismas, de su cuerpo y su destino, y que tengan la oportunidad, a partir de eso, ejercer una ciudadanía, exigir sus Derechos.</p>	<p>Hay una propuesta para el cambio cultural, es una apuesta porque está mostrando modelos, está plantando cómo cambiar imaginarios, está generando planteamientos y propuestas para el debate, está dando herramientas para la reflexión.</p> <p>El programa, básicamente, ha generado mucho impacto porque es un programa pionero en Colombia, y parece ser de toda América, por el formato y lenguaje utilizado allí. Se aporta desde lo simbólico sin revictimizar a la mujer, con respeto y cierta diferencia a la hora de informar. Sabemos que nos ven en Ecuador, en Suecia, en España, en Centroamérica. Y esto es en parte, gracias a que la Red Colombiana de Periodistas con Visión de Género hace parte de la Red internacional de Mujeres Periodistas, la cual hace presencia en 35 países de cuatro continentes.</p> <p>Nosotras en Ni reinas ni cenicientas tenemos una estrategia para difundir el programa, y también tiene que ver con la vinculación de otras organizaciones sociales y un movimiento de mujeres que ha hecho como suyo este programa. Es un logro del movimiento, a pesar de las diferencias internas.</p>	<p>No es suficiente que sea un canal público para hablar de la estrategia, es qué concepción hay detrás de lo que debe ser un canal público. Este es un canal que ha estado en las manos de otros gobiernos del Distrito, y sin embargo es la primera vez que se dice que existe Canal Capital. La parrilla que hoy se conoce y es distinta al resto. Hay que insistir en la defensa de la televisión pública esta es una muestra de que por ser una entidad pública no funciona, porque esa ha sido la teoría del neoliberalismo: lo que es público no funciona, todo tiene que ir a lo privado para que funcione bien. Esta es una muestra de que podemos hacer conocer todos los límites porque no es solo los contenidos, periodistas, como se administra, como se piensa, como se enseña la estrategia comunicativa en todo el sentido. Esta es una opción para los que no tienen.</p> <p>Este Canal ha trascendido a la comunidad, a lo que es el Distrito, y si el alcalde que fue elegido popularmente está en Ciudad Bolívar, el canal tiene que ir a donde está la noticia, donde está la información, donde no van los otros. Lo otro es que, sí, efectivamente es ese canal que tiene que ver con la Alcaldía, y habrán directrices, pero indudablemente acá hay mucha independencia para trabajar.</p>
-----------------------	---	---	---

Margarita Pacheco	<p>La gran diferencia entre la televisión pública y privada, es que nosotros nos damos el tiempo de estudiar cada semana el tema del programa y además una preparación en donde se pueda interesar al público.</p> <p>Cómo construimos entre las distintas entidades y con las comunidades una capacidad de respuesta a las distintas crisis sociales, ambientales, económicas y culturales que se dan en un complejo urbano como lo es una ciudad como Bogotá. Entonces, estamos formando a la gente de las instituciones de nivel nacional, regional y local, y posicionando temas de la ciudad, de país que no posicionan a nivel internacional.</p> <p>Estructura mental para abordar temas teóricos, la habilidad de la comunicación en los temas ambientales como en otros temas es cómo se baja el nivel y se convierte en comunicación amigable. El programa tiene un parte novedosa y es que lleva gente de las comunidades de las zonas rurales para expresar su sentimiento como personas de altísimo nivel, ministros, ex ministros, premio Nobel, porque en el espacio Su madre naturaleza todos somos iguales.</p>	<p>si bien, nosotros manejamos coyunturas por instrucción y orientación flexible de Hollman Morris, sintiendo autonomía sobre la programación, sin necesidad de rendir cuentas a nadie porque existe una confianza de Hollman Morris con el equipo de producción. Esa es la diferencia de Canal Capital con los medios privados. La intención no es hablar del tema pre electoral, ni de las fuerzas políticas de los Partidos tradicionales, porque eso le quitaría una dimensión de análisis y objetividad al programa. El tema de semilla, se aúna al impacto que tuvo el documental 970, nuestro programa salió antes, y obviamente lo menciona; entonces creo que hay una cooperación entre espacios del mismo canal para que se produzcan cambios de política. Por eso es que en estos momentos la 970 está congelada. Es decir, lo logramos. El resultado es en este momento, que a partir de los programas, se ha generado una movilización de campesinos programada para el próximo 3 de octubre.</p>	<p>Entonces, ¿cuál es el papel de la televisión pública en Bogotá? Es ahondar voces e ciudadanía para poder influir políticas. Me alegra mucho saber que a través de programas sí se han logrado cambios en la política pública. Para mí es un orgullo que un hombre que vende flores en una esquina me diga que es televidente de Su madre naturaleza.</p> <p>A pesar de las dificultades que tiene un canal público, se trabaja artesanalmente porque el 90 % de los programas grabados ha sido en exteriores. En este momento, se debe tomar conciencia de una serie de elementos de externalidades que tiene que ver cómo las manejan.</p> <p>Algo muy importante en esto, es que con los programas que se realizan en exteriores, se busca traer un mensaje sobre los que están afuera qué piensan de nosotros (Colombia), porque es parte de la imagen y de la identidad cultural que estamos cambiando. Viajamos y tenemos que viajar en esta construcción de una nueva sociedad colombiana mucho más amable y menos violenta, para que la gente del exterior nos vea y por 'espejo', la gente aquí se sienta orgullosa de ser bogotana y colombiano.</p>
-------------------	--	--	--

Alejandro Jaramillo	<p>Sí se hace una apuesta de un discurso contra hegemónico pero a la vez es un discurso hegemónico. Es paradójico porque, el canal, obviamente, tiene una apuesta contra los discursos de derecha de este país, al ser atacados por la ultraderecha en términos de visibilización de poblaciones o minorías. Pero a la vez, hay un discurso hegemónico al tener una sola línea argumentativa, y esto se puede ver en el dramatizado Crónicas de un sueño, y ahí ¿dónde están las otras voces?</p> <p>Mostrar un solo lado es bueno, pero a la vez es igualmente hegemónico al tratar de visibilizar personas y dar voz a poblaciones que fueron calladas en décadas anteriores y que ahora tienen la oportunidad de hacerse sentir, mientras los opresores de antes, son hoy en día los que no visibilizamos.</p>	<p>En la franja de análisis hay dos programas que se diferencian: Ni reinas ni cenicientas y El sofá quienes tienen un formato de información y de debate que a veces no es tan atractivo para la audiencia en general, sino para los que se interesan por la política, por diseños de contenidos, por debates, por análisis de medios. Sin embargo, que todos los días haya un programa de análisis y debate en un canal público es una situación ideal y que esté en la franja triple A es aun más ideal.</p> <p>En esa franja de análisis, ¿se arriesga a romper con el formato de los medios y canales tradicionales de televisión?</p> <p>En el formato no, pero en el tratamiento de los contenidos, sí. Y por supuesto que se arriesga porque hay una apuesta política muy clara, y esta apuesta no es tan afectable en este país, tras ser muy conservador. Entonces, existe un medio de comunicación que se atreve no solo a hablar de la ciudad sino también a nivel nacional e internacional... Y esto fue reconocido internacionalmente, al ser felicitado por un organismo de las Naciones Unidas por ser este un canal con vocación en Derechos Humanos.</p>	<p>La propuesta de programación y contenidos de Canal Capital en este momento se puede decir que es algo novedoso, en el sentido que es uno de los canales de nuestra Red de televisión pública del país, y por primera vez en la historia de estos canales hay un compromiso por que toda la programación tenga que ver con Bogotá. La audiencia del canal ha respondido, ha fluido. Actualmente en redes sociales leo comentarios sobre los programas y eso indica que están viendo el canal, más allá de si se evaluará si existe competencia con otros canales privados o de cable. Las cosas de canales regionales hay que mirarlas entre canales regionales. En el universo de la televisión pública colombiana, en este momento Canal Capital es el medio que mejor tiene diseñada su estrategia de servicio público, es un esfuerzo por cumplir con unas metas de aportar al debate público sobre los temas de la ciudad, desde luego en un entorno muy difícil, pues el canal de la ciudad responde también a políticas del gobierno de la ciudad y eso lo diferencia de otros canales regionales porque en otros canales regionales se agrupan por regiones o al menos por un departamento completo, acá se está pensando en una ciudad que es grande y que contiene 20 localidades.</p>
---------------------	---	--	--

Anexo 4. Entrevistas

Entrevista Fabiola Calvo, Ni reinas ni cenicientas – Canal Capital

6 de septiembre de 2013

¿Cómo definir la propuesta de la estrategia comunicativa del actual Canal Capital?

Es una propuesta alternativa en la medida que es *otra* opción. Cuando tu sintonizas Canal Caracol, RCN, o cualquiera de las opciones de programación privada y no te gusta ninguna, optas por Canal Capital: allá veo análisis, veo otras posibilidades otras propuesta que en este momento no están en las otras televisiones, y si están son diseñadas con formatos tradicionales manteniendo las mismas fuentes, las fuentes de élite, manteniendo aquellas fuentes partícipes del poder bien sea ecológico, político o el que sea por lo cual, lo que hace Canal Capital es presentar otra propuesta donde está la gente que ha sido excluida, donde están las minorías, donde están los que no se han tenido en cuenta. Entonces hay otras maneras de contar, es decir, estamos mostrando la cara de la otra Colombia.

No es suficiente que sea un canal público para hablar de la estrategia, es qué concepción hay detrás de lo que debe ser un canal público. Este es un canal que ha estado en las manos de otros gobiernos del Distrito, y sin embargo es la primera vez que se dice que existe Canal Capital. Es otro proyecto, es otra propuesta. Cuando tu insistes es porque alguna cosa crea, que sea una estrategia tienen que ser una estrategia, porque hay que pensar a qué le estamos apostando a largo plazo y dentro de ese plazo, cuáles son los pasos que se están dando que es lo que tú ves una parrilla que hoy se conoce y es distinta al resto.

¿Cómo se diferenciaría esa propuesta de los medios tradicionales?

Lo fundamental estamos partiendo de tener en el centro al ser humano, los DDHH, especificados en cada uno de los programas. La televisión no es solamente para entretener, que es una razón de ser, sino también es cómo entretiene, cuál es la dinámica, cuáles son los contenidos, así como también se puede entretener haciendo pedagogía, dando herramientas y elementos para que sea una sociedad crítica, dando e informando lo que la otra parte no informa.

Cuando aquí hablamos de tener los DDHH en el centro, estamos hablando de poner al centro los Derechos de la Humanidad de quienes no se les cumplen esos derechos, a quienes están excluidas de todas las propuestas que comúnmente se plantean.

¿Qué lenguaje o técnica o visión aporta el programa? ¿Cuál es la novedad?

Para empezar está el lenguaje de la inclusión y aquí en Canal Capital, hay afrocolombianos, indígenas, comunidad LGBTI, la Franja Metro, y se tienen en cuenta las diferencias, y hablar desde la diferencia es una manera de comunicar. Manejamos un lenguaje no discriminatorio, no sexista, es decir en el que se hace un esfuerzo para que no se discrimine a las mujeres por su valor de género, y además de esto estamos utilizando en las palabras con ese enfoque de mostrar y de nombrar. Entonces sí estamos utilizando otro lenguaje y si no lo logramos al máximo, estamos en ese proceso, es un proceso comunicativo.

No creo que exista un cambio total en el canal, justamente porque es un proceso, porque muchos trabajadores viene de otras televisiones, porque hacer un proceso de transformación cultural no es de un día para otro, es por eso que en este canal hacemos parte y estamos en ese proceso de cambio cultural, tenemos conciencia de que hay que hacerlo. No todo el mundo tiene conciencia de que hay que hacerlo pero que además de interiorizarlo hay que hacer el cambio. Así como hay personas que no tienen tan interiorizado para que su inconsciente le permita actuar de una manera distraída en concordancia con esa propuesta racional.

En cuanto al programa *Ni reinas ni cenicientas* yo creo que hemos hecho un esfuerzo por presentar otros formatos porque no tenemos una presentadora ni un presentador, nosotras le hemos dado el protagonismo total a las mujeres, mujeres que no conocen sino en su barrio , que conocen en su comunidad, mujeres que están haciendo, pero que son desconocidas pero que tiene mucho que decir y mucho que enseñar. Presentamos a las mujeres que son conocidas, a las mujeres que han alcanzado un estatus social o profesional porque también tiene mucho que decir con ese proceso y con lo que han logrado.

¿La propuesta surge no de una persona sino de algo que ya se viene construyendo a nivel de pensamiento a nivel cultural?

La propuesta nace en el seno de la Red Colombiana de Periodistas con Visión de Género, esta red es una propuesta, un proyecto, un proceso en el que sumamos hombres y mujeres periodistas y profesionales de la comunicación que tenemos como objetivo visibilizar, dar a conocer sus Derechos e informar con un lenguaje incluyente y no sexista e inquirir en las salas de redacción y en las facultades de periodismo y de comunicación.

En ese proceso nos hemos ido enredando desde el 2007, con el intercambio permanente de conocimiento, de formación, de un hacer cotidiano despacio pero firme, ha permitido ir haciendo escuela. Y en este momento, de la suma de los pocos que intervinieron en este proceso se ha hecho un salto cualitativo y ya podemos decir que tenemos un equipo en la Red de periodistas muy calificados que ha permitido generar un impacto. Y ese impacto ha coincidido con los objetivos del canal que nos hayan aceptarlo y que en este momento llevemos un año al aire con más de 40 programas.

¿Podríamos decir que eso es comunicación contra hegemónica y de resistencia, que es otra forma de comunicar?

El programa que tenemos lo que intenta es sacar a flote algo que ya existe, y que ha sido muy difícil por un lado mostrar la voz de las mujeres, su presencia y su experiencia, pero también los derechos que ya existen. Somos un país de normativas que no se cumple, que no se conocen, y el papel nuestro es dar a conocer esa normativa. Es comunicar: "Estos son sus Derechos, reivindíquelos. Luche para tenerlos, para que sean suyos.

Aquí no trabajamos en contra de nadie, si no por alguien. Nuevamente, estamos desempolvando los Derechos, mostrando rutas. No se está creando una revolución en el sentido más radical, estamos proponiendo autonomía, para que las mujeres actúen desde sí mismas, de su cuerpo y su destino, y que tengan la oportunidad, a partir de eso, ejercer una ciudadanía, exigir sus Derechos. Esto quiere decir que vamos a tener mujeres tan autónomas que se luchan estar en un espacio público, un espacio político, en el que pueden contribuir a seguir avanzando o profundizando en estos Derechos.

La resistencia implica *resistir*, y no se trata de resistir sino de proponer y de actuar, y lograr para mí y para el entorno y conjunto en el que me estoy moviendo. Más que el pensar de las mayorías, es el modelo cultural que tenemos, y la falta de propuesta y el esfuerzo que implica el trabajar por ese cambio cultural.

¿Considera que se transita ese acontecimiento de género y se hacen cambios estructurales en el canal en términos de programa?

Sí hay una propuesta para el cambio cultural, es una apuesta porque está mostrando modelos, está plantando cómo cambiar imaginarios, está generando planteamientos y propuestas para el debate, está dando herramientas para la reflexión, con lo cual está haciendo una apuesta por un cambio cultural sin desconocer a los *otros*. Aquí se está planteando la pluralidad.

Como comunicadora ¿cómo se ha sentido trabajando en un canal público que le apuesta a los DDHH y a la diferencia?

En primer lugar me siento frente a un reto, y es estar frente a este marco, y estar permanentemente en un proceso de cambio y de propuesta, yo no puedo quedarme tranquila solo con el programa que dirijo; tengo que estar atenta a que hago parte de un todo que es el Canal y estar también atenta a la observación y a la crítica, y haciendo propuestas para otros programas. Es estar atenta a la crítica de la teleaudiencia, qué dice, qué piensa, qué propuestas hay de la audiencia. Y esto a mí me lo permite el hecho de pertenecer a una red de periodistas, en estar dentro del movimiento social, el participar en las partes donde se trabaja por la paz, en estar en espacios académicos.

Como mujer, me siento que he tenido un reconocimiento en el Canal, debido a la experiencia profesional en el ámbito periodístico que he adquirido con los años, y todo ese saber lo he podido plasmar aquí. Hay que entender que existe una política y unas directrices, hay una línea editorial, pero hay una coincidencia de las propuestas de la Red con las del Canal y con mis propuestas que me hace ser coordinadora de esa red. Esa coincidencia ideológica y ética, hace que me sienta cómoda aquí, y que todo ese bagaje que tengo no se esté desperdiciando sino que se está canalizando.

Hemos logrado hacer interacción entre la gente joven y la gente que ya es mayor, es una interacción de la experiencia y la vitalidad, una apuesta entre las nuevas propuestas y las que traemos de atrás. Es un buen experimento con un buen resultado.

Hay que insistir en la defensa de la televisión pública esta es una muestra de que por ser una entidad pública no funciona, porque esa ha sido la teoría del neoliberalismo: lo que es público no funciona, todo tiene que ir a lo privado para que funcione bien. Esta es una muestra de que podemos hacer conocer todos los límites porque no es solo los contenidos, periodistas, como se administra, como se piensa, como se enseña la estrategia comunicativa en todo el sentido. Esta es una opción para los que no tienen.

Cómo es la articulación entre el Canal y el Gobierno local?

De todas maneras hay una trascendencia la administración del Canal, no solamente es si es o no el vocero del alcalde, este Canal ha trascendido a la comunidad, a lo que es el Distrito, y si el alcalde que fue elegido popularmente está en Ciudad Bolívar, el canal tiene que ir a donde está la noticia, donde está la información, donde no van los otros. Lo otro es que, sí, efectivamente es ese canal que tiene que ver con la Alcaldía, y habrán directrices, pero indudablemente acá hay mucha independencia para trabajar.

Articulaciones con la Academia, las políticas públicas en términos del programa *Ni reinas ni cenicientas*

El programa, básicamente, ha generado mucho impacto porque es un programa pionero en Colombia, y parece ser de toda América, por el formato y lenguaje utilizado allí. La secretaria de la mujer y diversidad de género del Atlántico, vino al programa porque nos comentó que siguen permanentemente en ese departamento a Canal Capital, y quería entrar en contacto para hablar con nosotras para ver qué intercambio podíamos hacer. En ese sentido ha habido un gran interés, y la tuvimos aquí en Bogotá para hacer un programa, y luego de esto se organizó un conversatorio para hacerlo cada dos meses en el cual se profundiza sobre algún tema tratado en *Ni reinas ni cenicientas*. A partir de esto, invitamos a las Secretarías de la mujer de los

departamentos de Norte de Santander y de Antioquia, y con ellas realizamos un conversatorio profundo sobre las negociaciones de paz.

Nosotros hemos vinculado a mucha gente al programa, y siguiendo la línea que trataba, el programa lo ven mucho en Cali, y gracias a esto movilizaron a la Alcaldía en una investigación para que hablara sobre el programa. También, conjuntamente estuvimos con el programa de Especiales Pirry, donde estuvieron invitados medios como RCN y El Tiempo, y cada uno presentó los temas de género pero con unas diferencias enormes. Nosotros lo tratamos desde el punto de vista en el que se parte desde lo simbólico sin revictimizar a la mujer, con respeto y cierta diferencia a la hora de informar. Sabemos que nos ven en Ecuador, en Suecia, en España, en Centroamérica. Y esto es en parte, gracias a que la Red Colombiana de Periodistas con Visión de Género hace parte de la Red internacional de Mujeres Periodistas, la cual hace presencia en 35 países de cuatro continentes. Esta Red no es una Sociedad, no es un sindicato ni un partido político, es una red en la que los miembros que hacen parte de ella aportan un parte para formar un *todo*, que tiene una estructura organizacional para que funcione.

Nosotras en *Ni reinas ni cenicientas* tenemos una estrategia para difundir el programa, y también tiene que ver con la vinculación de otras organizaciones sociales y un movimiento de mujeres que ha hecho como suyo este programa. Es un logro del movimiento, a pesar de las diferencias internas del movimiento. Y yo, especialmente, me he dedicado a cuidar que el programa no se dirija hacia un solo lado, sino lograr un equilibrio de oportunidad para las partes que conforman el programa. Así como podemos entrevistar a una mujer que tiene cierta tendencia política, podemos hacerlo con otra que no tenga ese mismo enfoque; entonces, lo que nosotros buscamos es difundir los Derechos de las mujeres, y parte de ellos desde el espacio público es que tengan presencia en los partidos políticos, que luchen por los Derechos, pertenezcan a uno u otro partido. Realmente el sentido es el mismo. *Ni reinas ni cenicientas* y *El sofá* son los dos programas que rompen formatos. De igual manera, hay una construcción diferente. Lo primero es reconocer que existe un proceso social que permite llegar a edificar esa propuesta comunicativa.

Mi experiencia de más de 20 años con el trasegar de información *para* mujeres, investigaciones *sobre* mujeres, permite abrir otros caminos. Y personalmente, he

dispuesto y planteado el grupo del programa, aquí no podemos en absoluto hacer panfletos. Aquí lo que tenemos que hacer es *romper*. No comunicar imágenes y lenguaje panfletarios. Aquí necesitamos empezar a sacar cuál es nuestra apuesta, cuál es el valor añadido del programa.

Lo importante es qué apuesta realmente tiene el programa, porque en un programa hay tener en cuenta por un lado, la apuesta ideológica y política que vas a hacer, la apuesta pedagógica, la propuesta de imagen, y la propuesta de lenguaje. Son muchas las variables que tienen que confluír en la realización de un programa.

¿El canal aprueba tu propuesta o te dan unas directrices entorno al tema?

No, el canal aprueba la propuesta desde que tenga consistencia y esté consolidada y coherente con los demás proyectos. Además, la propuesta dichamente de *Ni reinas ni cenicientas* es construida con tres personas de la Red. Si hay otro Gobierno, no presentamos la propuesta porque quiere decir que no hay coincidencia de objetivos. Pero como hay una coincidencia con los objetivos de la Red, que trabaja por los Derechos de las mujeres, y el Canal, que tiene como eje y promueve los Derechos Humanos.

El poder hegemónico en la comunicación es en este país vergonzoso pues solo existen dos canales nacionales, dos periódicos nacionales, una revista, eso me está hablando de una hegemonía y de una homogenización del pensamiento.

Entramos a ser, en cierta forma, una opción que independientemente de eso, estamos en una sociedad de mercado, y empezamos a competir cuando buscamos ser los mejores, cuando buscamos hacer los mejores programas.

La concepción que hay, y por eso mismo no me gusta la palabra *alternativo* porque es una palabra que se asimila a lo marginal, porque cuando uno intenta hacer una apuesta por un cambio cultural yo no puedo quedarme en lo marginal. Por eso yo decía, no estamos hablando de una revolución en el sentido etimológico de la palabra, porque estamos utilizando las herramientas para hacer una propuesta, una acción y una apuesta distinta.

Los medios de comunicación son productos del mercado, y la cuestión de todo esto, es que hay que definir qué tipo de *producto* es el que yo quiero sacar, la identidad. Por eso insisto, no nos salimos del *sistema*, estamos dentro del mismo, pero lo que

estamos proponiendo es cómo podemos hacer un cambio cultural, cómo podemos construir otras propuestas hacia pensar en una mejor calidad de vida en la que los seres *humanos* realmente nos lleguen a todas y todos.

Entrevista Alejandro Jaramillo El Sofá – Canal Capital

10 de septiembre de 2013

¿Cómo evalúa la propuesta actual de Canal Capital?

La propuesta de programación y contenidos de Canal Capital en este momento se puede decir que es algo novedoso, en el sentido que es uno de los canales de nuestra Red de televisión pública del país, y por primera vez en la historia de estos canales hay un compromiso por que toda la programación tenga que ver con la versión del canal, en este caso Bogotá. Desde diferentes aspectos, la gestión de contenidos de Hollman Morris ha sido escalonada. Primero, creó una franja de análisis y opinión. Después se integraron contenidos de cultura y actualidad. A esto, la audiencia del canal ha respondido, ha fluido. Actualmente en redes sociales leo comentarios sobre los programas y eso indica que están viendo el canal, más allá de si se evaluará si existe competencia con otros canales privados o de cable. Las cosas de canales regionales hay que mirarlas *entre* canales regionales. En el universo de la televisión pública colombiana, en este momento Canal Capital es el medio que mejor tiene diseñada su estrategia de servicio público, es un esfuerzo por cumplir con unas metas de aportar al debate público sobre los temas de la ciudad, desde luego en un entorno muy difícil, pues el canal de la ciudad responde también a políticas del gobierno de la ciudad y eso o diferencia de otros canales regionales porque en otros canales regionales se agrupan por regiones o al menos por un departamento completo, acá se está pensando en una ciudad que es grande y que contiene 20 localidades. Responde mucho a la política de la *Bogotá humana*, y eso ha sido una desventaja, primero porque la oposición desde el Concejo y algunos partidos políticos de esta política del Gobierno del alcalde Gustavo Petro, se volcó también como oposición al Canal, mediante críticas fuertes lo que significa que esta vocación de servicio público está tomando incidencia porque la crítica y el ataque comenzó también hacia él (canal). Una pregunta más que un argumento: ¿es el canal de ciudad o es el canal del

plan de gobierno del alcalde? Y, ¿cómo diferenciar en una ciudad como estas el plan de gobierno del alcalde y el plan de comunicación de la ciudad?

En el momento en que yo trabajaba para el canal, sentía que me ponía en una paradoja en cuanto a la objetividad de la información y los contenidos que transmitíamos en el programa, y en cuanto a cómo cumplir con: necesidades y gustos de la audiencia, y necesidades de las políticas del canal y del Distrito. Y con esto se dificulta el trabajo porque hay que jugar con estas variables. ¿Qué sucedería si un programa del canal hiciera una mirada crítica sobre el plan de gobierno de la Alcaldía? Eso no se hace. En este caso, la estrategia de comunicación de *Bogotá humana* tiene un peso en sus Secretarías y cada una de ellas tiene unos planes de comunicación que en algunos aspectos coinciden con lo que se hace en el canal, y no por fuerza se cumple lo mismo.

Hay en Bogotá un política pública para la comunidad LGBTI, y esta política tiene unas metas tanto en comunicación como en sensibilización e investigación, y tiene una política diseñada con una línea base que observó cuáles son los imaginarios y representaciones sobre la diversidad e identidad de género y orientaciones sexuales que hay en la ciudad, y también cómo se distribuye la población en el territorio. Se puede pensar que como hay una política poblacional y un programa sobre ella, y realmente ni siquiera la política tiene concentrado tener espacios en un medio, pero que exista la política posibilita a que se abra ese espacio. Hay una sinergia y unos planes que convergen, pero no se ciñe a la política.

¿En sentido estructural qué diferencia a Canal Capital de otros canales tradicionales?

Aquí hay una apuesta por concentrar la mayoría de los contenidos de la programación y sus formatos en temas de derechos de población y de territorio. Abordado desde la perspectiva periodística esto tiene sus ventajas y desventajas: hay un énfasis exagerado, en mi concepto, de lo periodístico. Porque en muchos casos uno no sabe qué programa está viendo porque todos parecen el mismo, pues todos tienen un enfoque periodístico de análisis.

En la franja de análisis hay dos programas que se diferencian: *Ni reinas ni cenicientas* y *El sofá* quienes tienen un formato de información y de debate que a veces no es tan

atractivo para la audiencia en general, sino para los que se interesan por la política, por diseños de contenidos, por debates, por análisis de medios. Sin embargo, que todos los días haya un programa de análisis y debate en un canal público es una situación ideal y que esté en la franja *triple A* es aun más ideal. Luego se creó una franja de cultura que quedó a cargo casi en su totalidad a manos de la Secretaría de Cultura porque es un órgano de comunicación de ella.

En esa franja de análisis, ¿se arriesga a romper con el formato de los medios y canales tradicionales de televisión?

En el formato no, pero en el tratamiento de los contenidos, sí. Y por supuesto que se arriesga porque hay una apuesta política muy clara, y esta apuesta no es tan afectable en este país, tras ser muy conservador. Entonces, que exista un medio de comunicación que se atreve no solo de la ciudad sino también a nivel nacional y en casos internacional, como sucedió con los Diálogos de Paz entre el Gobierno colombiano y las FARC en La Habana, Cuba. Desde la Gerencia de Hollman Morris es DDHH. Y esto fue reconocido internacionalmente, al ser felicitado por un organismo de las Naciones Unidas por ser este un canal con vocación en Derechos Humanos.

¿Por qué no se arriesga en los formatos?

Yo creo que por el mismo carácter de canal público regional en Colombia. No es tan fácil ser arriesgado en los formatos, cualquier tema de innovación en la producción de medios audiovisuales empieza a generar más recursos, más personal, es decir, más presupuesto. Entonces, con el poco presupuesto que el canal tiene logra generar innovación en contenidos y tratamiento de temas de política, de cultura y de sociedad. Y no es que no se quiera lograr un cambio en el formato sino que es por la estructura “débil” de sus estudios de televisión y no hay suficiente capacidad de tener más puestos de trabajo. Estoy seguro que las personas que tienen en sus manos al canal, quisieran tener nuevos formatos más contemporáneos con estéticas más incluyentes con los jóvenes, pero todo esto tiene un costo elevado. Se está optimizando el poco recurso que hay, y esto es bueno porque se demuestra que la gestión al utilizar recursos públicos para dar un servicio de calidad, pero a veces se convierte en contra

porque se comienza a trabajar “con las uñas” y se estaría extralimitando las tareas de cada uno.

¿Podríamos decir que eso es comunicación contra hegemónica y de resistencia, que es otra forma de comunicar?

Sí se hace una apuesta de un discurso contra hegemónico pero a la vez es un discurso hegemónico. Es paradójico porque, el canal, obviamente, tiene una apuesta contra los discursos de derecha de este país, al ser atacados por la *ultraderecha* en términos de visibilización de poblaciones o minorías. Pero a la vez, hay un discurso hegemónico al tener una sola línea argumentativa, y esto se puede ver en el dramatizado *Crónicas de un sueño*, y ahí ¿dónde están las otras voces?

Al incluir profesionales y especialistas a los programas ¿es un valor agregado a lo que ha construido el canal en términos de programación?

No es lo mismo que un experto en Derechos humanos como León Valencia hable de víctimas a que hable yo, porque él ha tenido una historia de reinserción, amnistía, persecución; la historia de vida está enfocada al tema de víctimas, entonces, el programa de mujeres lo tiene que dirigir una mujer porque, no es que los hombres no puedan hablar de mujeres, defender sus derechos, participar, sino que es más conveniente que lo haga una mujer.

Dentro del programa no llamaría a las personas que participan como expertos sino como analistas porque estas personas con su vida están comprometidas con el tema que estamos tratando, y además. El hecho de que sea conocedor de algún tema no quiere decir que pueda llegar a ser un buen conductor de un programa, y esto conlleva a que se rompa con el formato en el que quien presenta en televisión tiene que tener ciertos estereotipos de imagen. Otra forma de trabajar, que es como se está trabajando actualmente, y es que hay un director que no sale al aire y tiene un presentador que conduce el programa.

El tema de los personajes que aparecen en el programa no tiene que cumplir requisitos sobre si divierte o no a la audiencia, sino a la calidad en el tema que puede llegar a desenvolverse.

¿Cómo se sintió durante toda la experiencia de haber participado en El sofá?

En el momento en que decidí entrar en la televisión nuevamente, no conocía a Hollman Morris y lo que brindó esta persona fue confianza. La libertad a la hora de escoger contenidos y el tratamiento que se le puede enfocar. Claramente en las reuniones hay ciertas recomendaciones y se podía observar cuándo los intereses se estaban alejando de la dirección general y cuándo se estaban acercando. Me sentía en un lugar donde de verdad se confiaba en mi capacidad profesional, y eso hacía que trabajara muy a gusto. Tenía un muy buen equipo de trabajo. Y todas las personas de ese equipo estábamos comprometidas con sacar el proyecto adelante y además nos divertíamos mucho, el ambiente de trabajo era exigente precisamente por los recursos y la infraestructura, pero lográbamos tener las relaciones interpersonales lo más armónicamente posible.

Trabajar en un canal donde además hay un noticiero es muy difícil porque estos tienen unas dinámicas de producción que siempre están en *urgencia* y a veces esa *urgencia* le quita a uno su espacio, pero es entendible porque existen unas prioridades. También hay reciprocidad, pues después el equipo puede apoyarse en el noticiero que cubría necesidades que nuestro personal no era capaz de abarcar. Es crear una dinámica de colaboración muy importante y eso es una experiencia de la que se aprende bastante, tanto en rutinas de producción de las que se aprende con rapidez, como los contenidos de Derechos son tratados por diferentes directores de programas de cultura, etc., es muy importante recalcar que hay un equipo no solamente muy cualificado sino muy comprometido con la política del canal. Ahí está la innovación.

Entrevista Margarita Pacheco Su madre naturaleza – Canal Capital

26 de septiembre de 2013

¿Cómo definir la propuesta de la estrategia comunicativa del actual Canal Capital?

La propuesta comunicativa es generar conciencia y responsabilidad ciudadana, desde una perspectiva ética, a bogotanos (nas), pero enfocada hacia el país; y en el caso de los temas ambientales, por ejemplo, el tema Bio, no es un tema exclusivo de los bogotanos, es un tema grueso del país, donde la responsabilidad la tenemos hasta el

Mar Caribe por todo el tema del concepto de la cuenca: Cuenca Magdalena y Mar Caribe. Es decir, abrir una conciencia de Bogotá en el marco de los impactos que tiene el consumo, la actividad productiva multisectorial frente al resto del país. Nosotros en Su madre naturaleza, nos hemos abierto a tratar temas desde las regiones; por ejemplo San Andrés, con este tema llevamos cuatro (4) programas dándoles la voz a los raizales, y creo que la parte innovadora de esta estrategia de comunicación es debido a la tarea de la televisión pública de darle voz a la gente que no ha tenido voz en los medios. Más en temas gruesos del país como es el Fallo y el tema con Nicaragua, donde a los raizales no se les ha consultado, para nada, en todo el proceso. Esto mismo se ve reflejado en la zona Orinoquia hecha con El Instituto Alexander Von Humboldt, en donde se dio la voz a la gente, a líderes comunitarios de varios poblados afectados por el uso de hidrocarburos.

Entonces, ¿cuál es el papel de la televisión pública en Bogotá? Es ahondar voces e ciudadanía para poder influir políticas. Me alegra mucho saber que a través de programas sí se han logrado cambios en la política pública.

Para mí es un orgullo que un hombre que vende flores en una esquina me diga que es televidente de Su madre naturaleza.

¿Cómo se diferenciaría esa propuesta de los medios tradicionales?

Respecto al programa de María Jimena Duzan, Semana en vivo, y veo cuál es la diferencia con nosotros (Su madre naturaleza): si bien, nosotros manejamos coyunturas por instrucción y orientación flexible de Hollman Morris, sintiendo autonomía sobre la programación, sin necesidad de rendir cuentas a nadie porque existe una confianza de Hollman Morris con el equipo de producción. Esa es la diferencia de Canal Capital con los medios privados. La intención no es hablar del tema pre electoral, ni de las fuerzas políticas de los Partidos tradicionales, porque eso le quitaría una dimensión de análisis y objetividad al programa.

¿Qué lenguaje o técnica o visión aporta el programa? ¿Cuál es la novedad?

Hay un objetivo a mediano y largo plazo, y es un compendio de lo que ha sido la historia ambiental en Colombia y la relación de Colombia en este tema con el mundo en los últimos 50 años. Porque la gran mayoría de las personas que han pasado por

el programa han sido protagonistas de una parte de la historia ambiental del país. En el fondo lo que estamos haciendo es una gran publicación audiovisual de esa historia. Pues este tema, permitirá que las actuales y siguientes generaciones vean los esfuerzos que se han ido haciendo desde los años 70, en la época del Código de recursos naturales, como Julio Carrizosa, para que conozcan quienes han sido los personajes que muchas veces no figuran en los libros o que los nuevos maestros no los presentan. La memoria es uno de los valores agregados. Además que semanalmente está publicado en YouTube y eso permite interactuar con las Redes sociales.

La gran diferencia entre la televisión pública y privada, es que nosotros nos damos el tiempo de estudiar cada semana el tema del programa y además una preparación en donde se pueda interesar al público. Una de las oportunidades de ser directora de Su madre naturaleza es que el hecho de estar en los medios le abre a uno las puertas. Cómo construimos entre las distintas entidades y con las comunidades una capacidad de respuesta a las distintas crisis sociales, ambientales, económicas y culturales que se dan en un complejo urbano como lo es una ciudad como Bogotá. Entonces, estamos formando a la gente de las instituciones de nivel nacional, regional y local, y posicionando temas de la ciudad, de país que no posicionan a nivel internacional.

¿Podríamos decir que eso es comunicación contra hegemónica y de resistencia, que es otra forma de comunicar?

Estructura mental para abordar temas teóricos, la habilidad de la comunicación en los temas ambientales como en otros temas es cómo se baja el nivel y se convierte en comunicación amigable. Si uno crea las condiciones con la comunidad de Altos de la Estancia –zona de alto riesgo de deslizamiento - y les enseña a que no pueden seguir deforestando, entonces uno está explicando cómo hacer resistencia a esos territorios que son de alta vulnerabilidad.

El tema de género tiene un papel muy importante porque la mujer al ser creadora de vida, la compromete más como pedagoga. El programa tiene un parte novedosa y es que lleva gente de las comunidades de las zonas rurales para expresar su sentimiento como personas de altísimo nivel, ministros, ex ministros, premio Nobel, porque en el espacio Su madre naturaleza todos somos iguales.

¿Considera que se transita ese acontecimiento de género y se hacen cambios estructurales en el canal en términos de programa, de las formas tradicionales de hablar de lo ambiental?

A pesar de las dificultades que tiene un canal público, se trabaja artesanalmente porque el 90 % de los programas grabados ha sido en exteriores. En este momento, se debe tomar conciencia de una serie de elementos de externalidades que tiene que ver cómo las manejan.

Algo muy importante en esto, es que con los programas que se realizan en exteriores, se busca traer un mensaje sobre los que están afuera qué piensan de nosotros (Colombia), porque es parte de la imagen y de la identidad cultural que estamos cambiando. Viajamos y tenemos que viajar en esta construcción de una nueva sociedad colombiana mucho más amable y menos violenta, para que la gente del exterior nos vea y por 'espejo', la gente aquí se sienta orgullosa de ser bogotana y colombiano.

Como comunicadora ¿cómo se ha sentido trabajando en un canal público que le apuesta a los DDHH y a la diferencia?

Constitucionalmente todos tenemos derecho a un ambiente sano, y es evidente que para abordarlo desde el espacio ambiental tengo que comprometerme a tratar los temas multisectoriales; por eso me he metido en el tema de minería, agricultura. En el tema de las 'locomotoras' y la forma como los distintos sectores productivos están afectando el territorio y la calidad de vida. Es una manera de abordar el derecho ambiental a un ambiente saludable y el derecho a tener un paisaje, a tener una identidad cultural en el territorio.

Cuando entré al canal, inicios de septiembre de 2012, fue un poco difícil porque debe uno ajustarse a trabajar con el equipo. El programa es el equipo. Yo soy la directora y conductora, pero si yo no tuviera a un realizador, a un productor, a tres pasantes, yo no podría hacer lo que Su madre naturaleza hace semanalmente. Y fue bastante difícil porque soy mujer, y no soy comunicadora, y el tema de cómo una persona que no es periodista o comunicadora puede llegar a ser directora de un programa en televisión.

Hay un capital social formado en el equipo de trabajo del programa que está en formación pedagógica siempre en aras de una excelente calidad.

Existe un comité asesor, son dos personas conocidas, las cuales se consultan semanalmente. Una de ellas es experta en televisión, Martha Bossio, y la segunda es una experta en temas ambientales, Margarita Marino de Botero, a ellas se da crédito en todo momento, y dan opiniones sobre la realización del programa.

Lo que Su madre naturaleza ha creado es redefinir qué es el tema ambiental, la interacción de la sociedad con la naturaleza. Y ojalá este conocimiento agregado quede en el televidente de manera permanente. La idea de este programa no es tener un formato de panel con demasiada gente, porque generaría controversia, y porque la idea del programa es informar sobre los temas que la gente ya conoce y dar una información suplementaria.

¿Cuál ha sido el impacto del programa afuera?

El tema de semilla, se aúna al impacto que tuvo el documental 970, nuestro programa salió antes, y obviamente lo menciona; entonces creo que hay una cooperación entre espacios del mismo canal para que se produzcan cambios de política. Por eso es que en estos momentos la 970 está congelada. Es decir, lo logramos. El resultado es en este momento, que a partir de los programas, se ha generado una movilización de campesinos programada para el próximo 3 de octubre.

Entrevista Hollman Morris Gerente – Canal Capital

26 de septiembre de 2013

Hablemos un poco de la historia del Canal antes de su llegada como gerente

Canal Capital en el 2010 – 2011 tenía unos generadores de opinión, unos. Estaba María Jimena Duzán, Salud Hernández, pero eran periodistas, que eso está bien. Pero digamos, muy pobre la producción, muy pobre la investigación. En televisión resulta muy barato contratar un periodista generador de opinión y soltarlo a hacer entrevistas. Nosotros queríamos que nuestra apuesta fuera más allá, y es la fórmula que emplea la televisión privada también; entonces Rodrigo Pardo entrevista a alguien, pero digamos que carece de análisis, de debate y sobre todo se acostumbró a que el

programa de análisis carecía de propuesta visual. Entonces, ¿qué es lo que hacemos cuando yo llego? Yo digo, hay unos temas grandes del país, en la agenda actual del país que merece que cada uno de esos temas gruesos de país tenga un punto grande en el aire, porque yo digo que un país que habla de la guerra, que habla permanentemente de DDHH no tiene un solo programa de análisis sobre el tema de Derechos Humanos en Colombia. Es ahí como surge el programa *Cómo va la paz y Cómo van los DDHH*.

Esa polifonía es una característica de lo que yo digo lo que debe ser la Televisión humana. Si queremos un ejercicio real de democracia, todo el mundo debe hablar, sobre todo desde quienes como en esta gerencia o como en la Alcaldía hemos sido perseguidos por pensar y hablar diferente, y hemos criticado las prácticas. Nosotros no podemos reproducir esas prácticas. A mí me señalaron, me reprocharon el hecho de que Álvaro Uribe Vélez hubiera sido invitado al programa Baltazar Garzón, que cómo yo había permitido esa entrevista: porque no vamos a hacer iguales a ellos. El señor Álvaro Uribe tiene todo el derecho de estar en un canal público.

Cómo partimos el análisis en los grandes temas del país. La controversia, pues, que es coyuntural, las claves que terminan siendo coyunturales también. Luego, de ahí para allá, tenemos el programa de Laura Gil; en un país como Colombia, me parece terrible que nosotros no estemos mirando el mundo, no hay ningún programa hoy que analice fenómenos políticos y sociales del mundo. Es un país totalmente huérfano, o no sé si hay otros espacios que lo analicen con la agudeza y el profesionalismo que lo hace Laura Gil.

Siempre procuramos hacer alianzas estratégicas. Cuando estuvo Javier Ciurlizza que fue quien inicia el programa de *Derechos Humanos*, que es un tipo excelente estaba respaldado por el International Crisis Group el programa. Como siempre hay un sustento académico de Bogotá que también nos brinda. Que no vengan a decir que nos estamos inventando las cosas. El programa de *Su madre naturaleza* surge porque hoy en la agenda nacional está el tema de los recursos naturales pero nadie analiza ese tema, yo me atrevo a decir que no existe un programa de estas características dentro de la televisión colombiana. A pesar de que hoy la agenda pública del país está atravesada por la locomotora minera. Nunca vas a esperar que eso pase por los canales privados, pero sí en el resto de la televisión pública. El programa de *Derechos*

de la mujer, una época y una administración donde se quiere y se debe empoderar a la mujer, los Derechos de la mujer. Eso prueba que cuantas también con una salida estratégicas importantes con La Red de Mujeres, con Naciones Unidas.

Otra apuesta nuestra, que lo he venido reafirmando con el tiempo y es que nos estamos inventando esto, yo sí creo que este invento lo va a disfrutar no el país sino el mundo con una Televisión Humana que es una cosa que yo he venido hablando, pero que cada vez me convengo más que los programas en la televisión pública o representan, reflejan, empoderan procesos sociales. Yo no creo que varios espacios puedan desligarse del Empoderar o Fortalecer o Generar procesos sociales. En la franja juvenil 1 se ve más caro. Por ejemplo: programa Hip Hop, este movimiento en Bogotá tiene alrededor de 70-80 mil jóvenes, mayoritariamente mujeres. El programa es visibilizarlos, es empoderar, darles una voz personalidad, así como existen políticas públicas, el espacio electromagnético también hay que enseñarlo y también pueden empoderar y conquistar el espectro, que es una extensión del espacio público. Entonces este programa ha servido para empoderar ese proceso. Ahora estamos lanzando el programa de *Deportes extremos* de todo un movimiento de jóvenes en estos deportes en Bogotá, tienen su programa. Está *El sofá*, todavía con éste tengo discusiones muy fuertes. Si bien es cierto, Alejandro era más profesor que presentador, pero no veían que el programa hoy no logra convertirse en un referente para el mundo LGBTI. Le falta es altura política a la discusión, entonces se quedaron mucho en algunos temas pero no logra generar procesos, que se movilice, entonces eso me incomoda muchísimo. Alejandro quería limitarse solamente a la presentación, pero yo le dije tenía que “pensar” el programa. Ahí estamos buscando en este momento director para *El sofá* porque el presentador debe generar procesos.

¿El canal hace resistencia comunicacional? ¿Es contrahegemónico?

Yo no quiero meterme en calificarlo, yo creo que sí. Si tú me preguntas, algo que hacemos es “contraprogramar”, es decir, si Caracol TV saca Pablo Escobar El Patrón del Mal, y aquí viene todo el mundo y dice “Uy mire lo que está haciendo Caracol” y todo el mundo se rasga las vestiduras, yo no puedo hacer eso, yo tengo que proponer lo referente a un canal público. Un canal público que dice que promueve los DDH, que además dice que “es el Canal de las víctimas”, entonces yo les dije “Está será la

ocasión perfecta para nosotros demostrar quiénes somos”. Para la misma semana nosotros ya estábamos pasando *Las víctimas de Pablo Escobar*.

El canal define tres líneas: la memoria, la inclusión y el análisis.

Eso para mí define la estrategia comunicacional, pero define lo que es la Televisión Humana y más si le agregamos algo que es “en contextos de sociedades en conflicto armado interno”, porque eso no lo podemos perder de vista, que nosotros estamos construyendo una propuesta de cultura de paz, de DDHH, en medio de una situación de conflicto. Por lo general estas propuestas desde los medios surgen en el postconflicto. Nosotros estamos tratando de construirla *en medio del conflicto*. De alguna manera nos paramos en lo que yo creo que es la televisión pública, es decir, un país que a partir del análisis de la realidad nacional, partiendo de las críticas que yo he hecho siempre. ¿Cómo es posible que una sociedad en crisis no tenga análisis? Que no la tengan los canales privados, es entendible, pero que la televisión pública no promueva el análisis que como metafóricamente es que la televisión pública en Colombia es como diagnosticar a un paciente.

¿En qué se diferencia la propuesta comunicativa del Canal Capital de los demás canales regionales?

Que también asume una línea, una personalidad, una filosofía clara y públicamente. La defensa y la promoción de los DDHH tiene una cultura de paz, y al final no preguntamos “¿hacemos eso?, porque creemos que se puede construir una Televisión Humana o más humana. Que queremos ser paradigma en el mundo, no solamente en Colombia, en construcción de televisiones humanas que muestren valores humanos, que promuevan la defensa de los Derechos Humanos, que promuevan una cultura de paz, y yo creo que no existe en el mundo esto. Frank La Rue, el Relator Especial para la Libertad de Expresión, un hombre guatemalteco que viene de las guerrillas, defensor de DDHH lo dijo públicamente: “No conozco en el mundo una iniciativa como esta” (Televisión Humana de Canal Capital). ¿Naciones Unidas qué dice?: es un modelo. Y nosotros queremos llegar a convertirnos en paradigma, pero estamos construyendo la propuesta, estamos llenándola de contenido con base a lo que vamos escondiendo, lo que vamos descubriendo. Yo no llegué aquí diciendo: “Es que yo sé cómo se hace televisión humana”, no. Tengo

intuición, percepción producto de una trayectoria que adquirí en *Contravía*. Algo de Canal Capital es una extensión del programa periodístico *Contravía*, entonces todas las enseñanzas de haber recorrido este país y de haberme dado cuenta los alcances y el poder que tiene la televisión en la promoción y defensa de los DDHH, en la visibilización de las víctimas, en la visibilización de otros relatos del país. Que todo el mundo tenga las mismas oportunidades de hablar, y a través de esto el público, el televidente, se haga juicios.

Aquí viene otra lección desde *Contravía*: yo soy un hijo de la televisión pública, toda mi trayectoria, los premios, el conocimiento que tengo de este país en materia de DDHH, en materia de periodismo a nivel nacional pero más a nivel internacional, proviene de lo que hice en *Contravía*, un espacio en el canal público de televisión nacional, el Canal 1. Es decir, diez años de “maromas” autofinanciándome, buscando recursos, y de allá sin un solo peso de pauta, porque claro pautar con *Contravía* y pautar con Hollman Morris era hacerle juego al terrorismo, en el período Uribe. Entonces, aprendí a hacer televisión con muy pocos recursos, pero reafirmé el concepto de que para hacer buena televisión se no se necesita el gran aparato (cámaras). Canal Caracol y RCN tienen muy buenos dramatizados pero no creo que hagan buena televisión. Claro yo llego aquí y me encuentro “todos los juguetes” para hacer buena televisión, porque el tema estaba en la línea y filosofía, el carácter desde donde vamos a disparar, cuál va a ser nuestra trinchera, y desde ahí ir construyendo un camino. Por eso es que si tú vas a hacer la diferencia -aquí te doy un elemento-: el presupuesto del 2011 es el mismo presupuesto del 2012. En el 2012 no es punto de comparación, ni siquiera, con los 15 años anteriores de Canal Capital, y fue con el mismo presupuesto. No traemos a Paul McCartney pero por lo menos nos damos la ‘tela’ para transmitir, que yo me atrevo a decir que la transmisión de este concierto rompe la historia de la televisión pública en Colombia. Ahí la gente pudo palpar y ver “para esto sirve la televisión pública”. Y de ahí hacia adelante la opinión, la gente empieza a descubrir la multiplicidad de cosas que puede brindar esta televisión. Una televisión pública que tenida menos, desfinanciada, y no solamente en Canal Capital sino en todo el país, que la querían ver como lo peor, lo malo, lo aburrido.

Y Señal Colombia, una programación cultural pero sin apuesta política y sin apuesta “bonita”.

¿Qué lenguajes, técnicas y visiones aporta, entonces, el canal?

Un apuesta transversal de lenguaje que es construir desde las víctimas, desde los olvidados, desde los sin voz. Eso lo ve uno desde las márgenes, eso lo ve un en “aquí están hablando”, “son protagonistas los jóvenes”, pero como generadores de opinión. Son los indígenas, son los afro, así como en su momento tuvimos a la presentadora transexual, son los sordomudos, los invidentes; ahí hay toda una apuesta, una lectura de país, inclusiva. Aquí hay un tema que rompe mucho a mi manera de ver y que digamos que es de las participaciones que yo tengo, de las cosas bonitas: el hecho de que tú visibilices y empoderes a las víctimas. Muchas de las cosas son ideas que yo venía trabajando, que me había dado cuenta desde *Contravía*, había que incorporarlas de una manera. Hay que empoderarlas (a las víctimas) como sujetos de Derecho, como gente valiosa para el país, no es verlas desde la lástima, sino como gente que le dio un legado a este país, que se la jugó como protagonista. Entonces, cuando tú ves un Álvaro Ulcué Chocué con sus mensajes, o a Mario Calderón, Defensor de los Derechos Humanos del CINEP, a Jaime Garzón ahí hay un rompimiento. Porque aquí nos acostumbraron a ver que la voz disidente es terrorista. No. Aquí estamos empoderando otras miradas pero con respeto. No es que me “toca”, es que es la Democracia.

¿Con qué criterios se organiza la franja de análisis?

La franja corresponde a una agenda del país. Para nosotros el análisis no era solamente análisis de coyuntura. Tener programas de análisis especializados, con expertos. La relación con ellos ha sido de respeto. Incluso yo creo que se han llevado algunos de ellos, unas sorpresas grandes, al suponer que yo iba a estar “encima” de ellos y no. No me interesa, por respeto a ellos y a mí, que he ejercido periodismo. Nosotros dijimos: un programa de análisis internacional, ¿qué analistas internacional son buenos en el tema? El criterio es que no tienen que ser periodistas los mejores en el tema. Por ejemplo: Laura Gil nunca había hecho televisión, León Valencia y Antonio Caballero tampoco. Y lo recibieron bien, yo creo que en buena parte ayudó el respeto que me tienen, porque hay un respeto a mi trabajo. Cuando yo les pongo sobre la mesa “miren, esto es lo que quiero” porque esta es la franja de análisis que

yo quiero construir. Es lo primero que arranca el canal porque es el “remedio” más urgente para entender nuestro país, porque el relato unidireccional, el relato hegemónico desde los medios está haciendo mucho daño, es antidemocrático. No es vetar voces, ni tenerle miedo a las voces, eso hace parte de la guerra. Las minorías con mucho poder han impuesto un relato de nación, una lectura de país, nos han impuesto uso liderazgos, y todo esto es lección de *Contravía*.

Todo esto visto ya “en la paleta”, yo creo que eso es la fortaleza del Canal, tú estás encontrando otros relatos, otras lecturas, otras visiones, otras personajes. Yo a veces discuto en la franja de análisis que es interesante que ustedes puedan descubrir el Canal. ¿Por qué? Porque algunas veces se caen los mismos porque bueno es la coyuntura que queda en los mismos generadores de opinión, pero si podemos romper es.

¿Cómo ha logrado en el Canal transitar del acontecimiento efímero a cambios estructurales de hacer comunicación, de hacer periodismo?

Yo no puedo pensar en que tengo un noticiero, yo tengo que construir un canal de comunicación. Yo me quedo “pegado” a que si bien es cierto es importante el sistema informativo del canal, yo me quedo en lo efímero, en la coyuntura, pero no trasciendo a la construcción de una propuesta comunicativa, que es el canal. Entonces, me he tenido que desprender del periodismo para empezar a ver una propuesta de canal. Eso implica una propuesta comunicativa que reitero por qué la tengo clara. Yo creo que la tengo clara, y si tú ves mi discurso lo que digo lo estoy cumpliendo: programa para los indígenas, programa para la Red Alternativa Audiovisual de Bogotá, incluyente, plural. Producto de toda la trayectoria en defensa de DDHH, que es una mis trayectorias, la otra es el periodismo, todo el tema de visibilización de las víctimas, con el tema de restitución a víctimas. Me encuentro con un canal de televisión que me permite decir si hay que cambiar los relatos frente a dramas humanitarios en Colombia, o donde sea, el relato audiovisual tiene que ser diferente, la lectura tiene que ser diferente. Yo fui encontrando las pistas en el trabajo que digo de *Contravía*, entonces ya cuando tengo el canal digo “esto es lo que hace falta”. Entonces yo no me puedo quedar “engolosinado” con el periodismo, aquí tiene que haber una propuesta. Es una propuesta de país también, una propuesta comunicativa. Siempre

hemos discutido por un país que es excluyente, la televisión que tú generes no puede ser excluyente, tienes que ser incluyente. Aquí se ve un relato como me lo dijo alguna vez una señora que me impactó mucho y fue: “Mire, la Constitución del 91 se hace realidad cuando nosotros vemos su parrilla de programación”. Termina siendo al final del día una apuesta por la democracia, una propuesta política, una propuesta en defensa de los DDHH, de cultura de paz. Cuando la gente empieza a darse cuenta que todo el mundo tiene cabida, hay diferenciación. Inclusive nos ocupamos de quiénes son los presentadores, quienes deben ser hombres comunes y corrientes. Linda ... rompe con los estereotipos de que los presentadores son rubios, que provienen de esa minoría. Entonces aquí tú rompes, abres espacios, eres irreverente, que es lo que de alguna manera queremos para el país, políticamente. Creo que es una proyección de eso.

¿Qué falta?

Yo creo que nos hace falta en la parte infantil. Yo sigo teniendo discusiones con la propuesta infantil, porque nuestra propuesta para niños tiene que ser una franja infantil que no sea Disney, ni Nickelodeon, ni nada de eso. Que rompa con eso. Yo vivo en un país y soy gerente de un canal público, en un país llamado Colombia, con unas carencias en democracia grandísimas, y la formación de nuestros niños no se la podemos dejar a Disney. Nuestra franja infantil la queremos que promueva, nuevamente, DDHH, la cultura de paz en los niños, porque son niños que se están formando en medio de la confrontación, que están conscientes de su realidad, que sean conscientes de otros íconos, de otros liderazgos, de darles más latinoamericanismos, más de nuestra tierra. Entonces ahí hay una carencia. Lograr una franja para nuestros niños que sea informadora de verdad sobre nuestra historia, nuestra memoria, nuestros valores. Es un reto que implica trabajo. ¿Qué hace falta? Tiempo. Ojalá tuviéramos mucho más tiempo, los tiempos de los públicos son muy complicados.

Lamentablemente, la arremetida contra el alcalde Gustavo Petro también nos ha afectado, porque es una arremetida que no nos dio compás de espera. Nosotros encontramos con una “casa destruida” y pretendían que siguiéramos viviendo en esa “casa destruida” sin hacer los arreglos de fondo estructurales para mantener la casa

en pie. Pretendieron que nosotros con todo el descalabro del 'carrusel' de la contratación llegáramos e íbamos a encontrar todo funcionando normalmente. No. Ese 'carrusel' aparte de robar, dejó amarrada una cultura en el funcionario público de "no hacer", de "entorpecer", de "pereza", no de todo. Pero el más mínimo de exigencia ya era un problema. Entonces, yo sí acuso y señalo que la falta de ese compás de espera con esta Alcaldía es una irresponsabilidad, especialmente de los medios de la minoría. Enfrentarse a un proceso (judicial) por la transmisión del concierto de Paul McCartney. Cómo en coro de otros funcionarios se levantaron a pedir mi renuncia. Sigue la persecución del uribismo. Entonces es una extensión también, lo que no logró el uribismo estando en el poder, lo logra a través de ciertos agentes suyos que en órgano de control político.

Esto ha sido fuerte al enfrentarnos al Concejo, varias peleas, pero también hemos visto, por ejemplo, el reconocimiento del país y muchos reconocimientos de la ministra de Cultura, del vicepresidente de la República, de generadores de opinión, de columnas de opinión dedicadas a Canal Capital, eso es lo que me hace entender y me muestra que esta es una propuesta ampliamente democrática. Hemos logrado que desde diferentes sectores del país, desde diferentes orillas políticas, a excepción lógicamente de los guerreristas de este país, digan que esto sí es una propuesta. Yo no vengo de ninguna propuesta política, entonces no ves un desfile de concejales. Públicamente lo que más respalda al canal es el alcalde, porque básicamente es una gestión que se está viendo y que ha tenido un impacto sobre la gente.

Hollman Morris Gerente Canal Capital – Parte II

Si somos la franja de análisis mejor del país, ustedes (presentadores) no pueden salir con otro tema (que no sea coyuntural). Por ejemplo, lo que generó el programa con las FARC: Blu Radio dice "¿qué hace Canal Capital entrevistando, yéndose para La Habana con dineros de Bogotá?". Y es darse cuenta de esa visión, y el porqué es porque era Canal Capital. Todos sabemos quién es Hollman Morris, Héctor Riveros con unas descalificaciones al canal diciendo que "¿por qué Canal Capital tenía programas de debate?", que "¿por qué Canal Capital tiene noticias?". Entonces ¿un canal regional no puede tener un programa de opinión? ¿Cómo así que la televisión

pública de un país se va a negar el derecho a analizar el tema más importante del país, que es el tema de la paz? ¿Esta gente qué piensa de la televisión pública?