

**"LA COMUNICACIÓN Y LOS MEDIOS ALTERNATIVOS: GENERANDO
EMPODERAMIENTO, PARTICIPACIÓN COMUNITARIA Y APORTANDO AL
CRECIMIENTO AUDIOVISUAL EN LOS HABITANTES DEL MUNICIPIO DE
MONTELÍBANO"**

CINDY TUIRAN RICARDO

T00018191

JESSICA GOMEZCÁSSERES RANGEL

T00018132

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

2011

**"LA COMUNICACIÓN Y LOS MEDIOS ALTERNATIVOS: GENERANDO
EMPODERAMIENTO, PARTICIPACIÓN COMUNITARIA Y APORTANDO AL
CRECIMIENTO AUDIOVISUAL EN LOS HABITANTES DEL MUNICIPIO DE
MONTELÍBANO"**

CINDY TUIRAN RICARDO

T00018191

JESSICA GOMEZCÁSSERES RANGEL

T00018132

Tesis de grado para obtener el título profesional en Comunicación
Social

ASESORA:

Dr. BLANCA INES ESPINEL

Cartagena de Indias D.T y C 13 de mayo de 2011

Señores
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
La Ciudad

Estimados Señores por medio de la presente me permito someter a su consideración la tesis titulada “LA COMUNICACIÓN Y LOS MEDIOS ALTERNATIVOS: GENERANDO EMPODERAMIENTO, PARTICIPACION COMUNITARIA Y APORTANDO AL CRECIMIENTO AUDIOVISUAL EN LOS HABITANTES DEL MUNICIPIO DE MONTELIBANO” desarrollada por las estudiantes Cindy Tuirán Ricardo y Jessica Gomez CÁSSERES Rangel para optar por el título de Comunicadoras Sociales en la que me desempeñe cumpliendo la función de asesor.

Cordialmente,

Blanca Inés Espinel

Cartagena de Indias D.T y C 13 de Mayo de 2011

Señores
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLIVAR
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
La Ciudad

Estimados Señores:

Por medio de la presente nos permitimos someter a su consideración la tesis titulada "LA COMUNICACIÓN Y LOS MEDIOS ALTERNATIVOS: GENERANDO EMPODERAMIENTO, PARTICIPACIÓN COMUNITARIA Y APORTANDO AL CRECIMIENTO AUDIOVISUAL EN LOS HABITANTES DEL MUNICIPIO DE MONTELÍBANO" para optar al título de comunicadoras sociales.

Cordialmente,

CINDI TUIRAN RICARDO
C.C 1063280055 de Montelíbano

JESSICAGOMEZCÁSSERES R
C.C 1143331882 de Cartagena

NOTAS DE ACEPTACIÓN

Presidente de la Junta

Jurado

Jurado

Cartagena de Indias D.T y C Mayo 13 de 2011

Quiero dedicar este trabajo principalmente a Dios por iluminarme en los Momentos que me sentí abatida y darme la fortaleza para seguir avanzando en este largo camino, a mis padres porque son los seres más especiales de este mundo, por brindarme su amor y porque día a día han forjado en mí la idea de triunfar en la vida, a mis hermanos que siempre me han brindado su apoyo incondicional, a mi novio porque ha estado conmigo dándome ánimo, ayudándome y apoyándome en todo momento. A mi abuelita porque siempre estuvo pendiente de mí. A mi compañera de tesis Cindy porque supimos sobrellevar las cosas con gran Optimismo y responsabilidad, apoyándonos siempre en todo y sin tener grandes problemas. A nuestra tutora Blanca por la asesoría que nos brindó.

JESSICA GOMEZCÁSSERES RANGEL

Dedico el siguiente trabajo de tesis primero a Dios, por haberme permitido gozar de todas las bondades con que me ha dotado.

Luego a mis padres, que me han brindado su apoyo incondicional en mi trayectoria universitaria y profesional, que han dado todo de sí para guiarme en el camino de la vida y, sobre todo, me han brindado su amor y cariño en todo momento.

También a mis hermanas Tania, Ledys y especialmente a Cilia (mi manita), ya que todas han estado pendientes de mi bienestar y de la culminación de mi carrera universitaria.

Familia de verdad, no lo hubiera logrado sin ustedes, gracias por creer en mí, por cada uno de los consejos y palabras de aliento, los amo con todo mi corazón, son lo mejor del mundo.

A Jessica Gomezcasseres mi compañera de tesis, ha sido toda una aventura pero ha valido la pena, sin duda esto ha creado uno lazos de amistad.

A todos aquellos que de alguna manera u otra han colaborado en el desarrollo de este trabajo.

Por último quisiera dedicar y agradecer de una manera muy especial a Blanca Inés Espines, por su apoyo para llevar a su fin este trabajo de tesis.

A todos, muchas gracias y que Dios los bendiga.

CINDY LUCÍA TUIRÁN RICARDO

Las investigadoras agradecen infinitamente al Canal Comunitario Telemontelíbano, por brindarnos todo su apoyo para llevar a cabo la investigación, a la Doctora Blanca Espinel por brindar sus conocimientos y su profesionalismo durante el desarrollo de dicho trabajo y muy especialmente a los directivos de la Fundación Educativa de la Diócesis de Montelíbano Colegio el Rosario por prestarnos las instalaciones para el desarrollo del taller y a todos los habitantes de Montelíbano que participaron en los Talleres.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
2011

TABLA DE CONTENIDO

I CAPÍTULO

1. INTRODUCCIÓN.....	12
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
3. OBJETIVOS.....	17
3.1. GENERAL	
3.2. ESPECÍFICOS	
4. JUSTIFICACIÓN.....	18
5. MARCO REFERENCIAL.....	20
5.1. ESTADO DEL ARTE	
5.1.1. MONTELÍBANO F.M. STEREO	
5.1.2. TELEMOTNELIBANO	
5.1.3. TVFLORESTA	
5.1.4. PROYECTO EDUTV (JAN HENK KLEIJN)	
5.1.5. EXPERIENCIA BRASIL TV	
5.1.6. EXPERIENCIA EN VENEZUELA CATIA TV	
5.1.7. EXPERIENCIA EN COLOMBIA	
6. MARCO HISTÓRICO.....	28
6.1. ANTECEDENTES	
7. MARCO TEÓRICO.....	35
7.1. TEORÍA DE LOS EFECTOS DE AUDIENCIA	
7.2. TEORÍA DE LA OMNIPOTENCIA DE LOS MEDIOS	
7.3. TEORÍA DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO	
8. MARCO CONCEPTUAL.....	38
8.1. TELEVISIÓN COMUNITARIA	
8.2. PARTICIPACIÓN	
8.3. COMUNIDAD	
8.4. PARTICIPACIÓN CIUDADANA	
8.5. PARTICIPACIÓN COMUNITARIA	
8.6. EMPODERAMIENTO	
8.7. MEDIOS ALTERNATIVOS	
8.8. COMUNICACIÓN	

9. MARCO LEGAL.....	45
9.1. FUNDAMENTOS LEGALES	
10. METODOLOGIA.....	47
10.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	
10.2. POBLACIÓN Y MUESTRA	
10.3. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	
11. CRONORAMA DE ACTIVIDADES.....	51
12. PRESUPUESTO	52

II CAPÍTULO

1. LA TELEVISIÓN.....	53
1.1. LA TELEVISION EN COLOMBIA	
1.1.1. TELEVISIÓN COMUNITARIA	

III CAPITULO

1. MONTELÍBANO CÓRDOBA.....	59
1.1. HISTORIA	
1.2. GEOGRAFÍA	
1.3. ECONONOMÍA	
1.4. CERRO MATOSO	

IV CAPITULO

1. ASOCIACION DE TELEVISION COMUNITARIA	
“TELEMONTELIBANO”	62
1.1. HISTORIA	
1.2. MISION	
1.3. VISIÓN	
1.4. PROGRAMAS DE PRODUCCION PROPIA	
1.4.1. TV NOTICIAS	
1.4.2. RITMO EN VIVO	
1.4.3. LA HORA DEL PATICO	
1.4.4. FE Y VIDA	
1.5. PARRILLA PROGRMACIÓN	

V CAPITULO

- 1. DESARROLLO TALLERES E INVESTIGACIÓN.....67**
 - 1.1. TALLER DE SOCIALIZACIÓN Y BIENVENIDA
 - 1.2. TALLER DE TELEVISIÓN COMUNITARIA Y PRESENTACIÓN DEL CANAL COMUNITARIO “TELEMONTELÍBANO”
 - 1.3. TALLER DE PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN Y TRABAJO EN EQUIPO
 - 1.4. TALLER DE PLANEACIÓN PARA LA PRODUCCION
- 2. ENCUESTA**
- 3. GUIA DE TALLERES**
- 4. CONCLUSIÓN**

VII CAPITULO

- 1. ANEXOS.....118**
 - 1.1. IMÁGENES DE LOS TALLERES
 - 1.2. CD AUDIO HABITANTES MONTELIBANO Y PRESENTACION DIAPOSITVAS

I CAPITULO

1. INTRODUCCIÓN

Todas las personas a diario se comunican. En la casa, en la calle, en el parque, en el trabajo, en salidas sociales realizan de manera inconsciente, procesos de comunicación. Es normal, que no se percate de ello, no reflexiona en lo absoluto sobre la implicación que conlleva y la necesidad de estar en constante comunicación.

Siempre se busca comunicar, *“acción de estar en común, de estar con otro. Se está en comunidad a partir de la comunicación. Comunicarse es inherente a toda estructura social y factor esencial de sociabilidad. (López L. 2004. P. 25)*

La comunicación es una necesidad social, es un derecho que no se debe coartar ni limitar. *“La importancia de la comunicación deriva de su rol como agente social y de su función esencial, permanente e inherente al ser humano. La comunicación es la materia prima de la cultura de un pueblo, de una nación.” (Ibíd. P.25)*

“La comunicación aparece en el instante mismo en que la estructura social comienza a configurarse y donde no hay comunicación no puede formarse ninguna estructura social.” (Ibíd. P.27)

Dentro del campo de la comunicación se encuentran los medios masivos, como lo es la televisión, en este caso el canal de televisión comunitaria: Telemontelíbano. Este canal posibilita a toda la población del municipio de Montelíbano Córdoba estar informado de todo lo que acontece en su comunidad además, brinda dentro de su programación espacios musicales, noticiosos y de entretenimiento sin embargo, no existen espacios que fomenten la educación, los aspectos culturales y sociales de la población.

Como formato comunicativo y comunitario el canal, permite la interacción de la población en aporte de ideas y sugerencias para mejorar el contenido audiovisual

que se presenta. Sin embargo, esto no se da. Hay poca participación de los habitantes en el canal, no existe empoderamiento frente a un medio que está a disposición de sus necesidades.

Esta propuesta está enfocada a la participación comunitaria, y se aplicará en el municipio de Montelíbano-Córdoba, donde se percibe diferentes posturas del concepto de Canal Comunitario, las implicaciones y beneficios que trae dentro de una población. Con este proyecto se pretende generar participación y empoderamiento del canal comunitario “Telemontelíbano”, para que no sólo exista información sino comunicación.

En ese sentido llevar a cabo encuestas, talleres, capacitaciones en el municipio de Montelíbano que lleven a generar empoderamiento, participación comunitaria y al crecimiento audiovisual a través de la comunicación y los medios alternativos, en este caso Canal Comunitario “Telemontelíbano” traerá:

- Para el canal, la comunidad participará activamente en las actividades y en aporte de ideas para el mejoramiento en los contenidos audiovisuales de los programas que ofrece.

- Participación activa de personas de la comunidad, donde cuenten desde su perspectiva lo que acontece dentro del municipio de una forma clara y objetiva

- Generar empoderamiento por “Telemontelíbano”: canal comunitario del municipio.

- Comunicación constante entre la comunidad y personas que laboran dentro de la Asociación Comunitaria de Televisión Telemontelíbano.

Sin duda, ante el vacío de propuestas televisivas y la falta de participación comunitaria, la realización de talleres, capacitaciones y el resultado de las encuestas que se realizaron, pueden llevar a la participación activa en el canal comunitario además, se puede generar ideas para la elaboración de un programa con características de contenido audiovisual específico logrando de esta manera

suplir con las necesidades que se requieran tanto para el canal como para la comunidad

Al llevar a cabo esta propuesta, se encontrará acercamientos teóricos y conceptuales de la comunicación, comunicación para el desarrollo, medios masivos de comunicación, como también de participación comunitaria, entre otros. De igual manera, toda la teoría se llevará a la práctica mediante el la creación de un producto audiovisual.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBELMA

Montelíbano, es un municipio de departamento de Córdoba, en él encontramos un canal comunitario “Telemontelíbano”, éste dentro de su parrilla de programación cuenta con varios programas de producción, que deberían estar encaminados hacia lo social, educativo, cultural generando identidad regional y propiciando el desarrollo y sentido de pertenencia por el municipio.

Son cuatro los programas de producción propia con los que cuenta el canal comunitario actualmente, ellos son: Tv Noticias, Ritmo En Vivo, La Hora del Patico y Fe y Vida.

TV Noticias es la única producción del canal que va encaminada con el cumplimiento del objetivo para la cual fue creado (“Telemontelíbano”): *“Generar espacios para el encuentro con la comunidad y la realidad social, que esta padece, auto narrarse.”* (Ptc, 2000, p.94) en cambio, Ritmo en Vivo y La Hora del Patico son programas que no aportan al crecimiento cultural ni social de la comunidad. Cabe resaltar que Ritmo en Vivo genera participación comunitaria a través de concurso y temas del día sin embargo, la participación es escasa.

El tiempo restante al aire se presenta videos musicales, corralejas, rondas infantiles entre otros.

Ahora bien, La carencia de conceptos que irían en direccionamiento de lo que es un canal comunitarios, son fundamentales para que se pueda cumplir con el objetivo principal del canal, y de esta manera involucrar con su participación activa a los habitantes del municipio de Montelíbano.

Con este proyecto se pretende generar participación y empoderamiento del canal comunitario “Telemontelíbano”, para que no sólo exista información sino comunicación (retroalimentación) y una producción en conjunto efectiva y contextualizada.

De acuerdo a lo anterior las investigadoras indagarán sobre:

- ¿La participación comunitaria dentro del Canal de Televisión Comunitaria Telemontelíbano existe? ¿La comunidad tiene sentido de pertenencia hacia el canal comunitario? Todo esto teniendo en cuenta que, la misión del canal va encaminada a generar espacios de participación comunitaria y diálogo en el municipio y a la Asociación de televisión comunitaria.
- ¿La televisión comunitaria (Telemontelíbano) como medio de comunicación alternativo es la estrategia pertinente para que los habitantes del municipio de Montelíbano generen espacios de participación y reflexión social a través de la participación comunitaria?

2.1. FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Qué estrategias de Comunicación se requiere implementar dentro del Canal Comunitario Telemontelíbano para generar espacios de participación comunitaria y reflexión social en el municipio de Montelíbano?

3. OBJETIVOS

3.1. Objetivo General:

Proponer estrategias de comunicación al canal de Televisión Comunitaria Telemontelíbano como medio alternativo que genere empoderamiento, participación comunitaria y crecimiento audiovisual en los habitantes del municipio de Montelíbano.

3.2. Objetivos Específicos

- Identificar las problemáticas y condiciones más importantes que inciden en la falta de participación dentro del Canal Comunitario “Telemontelíbano”
- Establecer qué género o formato audiovisuales permiten visibilizar los procesos artísticos, culturales y sociales de la población.
- Realizar de una propuesta para optimizar la participación de los habitantes del Montelíbano.

4. JUSTIFICACION

La comunicación investiga el conjunto de principios, conceptos entre otros aspectos que sirven de base al estudio de la comunicación como proceso social que permite la emisión-percepción de mensajes entre interlocutores en condiciones de reciprocidad total, es un intercambio intencional y consciente de mensajes a través de un medio de comunicación, mediante la utilización de un código determinado.

“La comunicación es un campo de estudio dentro de las ciencias sociales que trata de explicar cómo se realizan los intercambios comunicativos y cómo estos intercambios afectan a la sociedad y la comunicación.” *(Mario, J, Marzo 2009)*.

Teniendo presente lo anterior, se debe ser cuidadoso al momento de producir mensajes, los cuales destaquen y conserven valores culturales y principios de las y los ciudadanos, pues permiten conocer al individuo, el entorno en que se desarrolla, su estructura social, económica, y cultural en las diversas clases sociales.

En una localidad como Montelíbano, este tipo de investigación que busca promover el empoderamiento del canal comunitario del municipio, a través de capacitaciones, talleres y que involucra a los asociados del canal “Telemontelíbano” cobra importancia toda vez, que facilita y promueva la activa participación comunitaria contemplada en la Constitución del 91 como un Derecho.

El municipio de Montelíbano en la actualidad, cuenta con un medio de comunicación comunitario que posibilita a la comunidad estar informada de todos aquellos aspectos significativos de la vida municipal. Pero dentro de su parrilla de

programación no hay contenidos audiovisuales que propicien la identidad regional a través de aspectos desarrollo social, educativo que logren despertar interés en la comunidad y pueda generar participación.

En este sentido, la realización de talleres, capacitaciones, discusiones, encuestas, es una necesidad para la población, que permitirá la activa participación de la ciudadanía, se lograría el conocimiento y empoderamiento a través de la comunicación y los medios alternativos en este caso: " TELEMONTLIBANO" además, la comunidad tendría bases, para poder involucrarse en el proceso de la producción de los programas convirtiendo la propuesta en algo novedoso para la comunidad.

5. MARCO REFERENCIAL

5.1. ESTADO DEL ARTE

Los siguientes antecedentes investigativos están ligados al presente trabajo, estos nos servirán como idea y bases, aportándole al desarrollo de la investigación planteada en el proyecto.

5.1.1. Montelíbano F.M. Estéreo

En el año 2000 nació Montelíbano F.M Estéreo con la finalidad de trabajar mancomunadamente con la Diócesis en el progreso y desarrollo de la región; se destacaron en este esfuerzo el padre Jorge Uribe y Luis Fernando Herrera primer director y fundador con monseñor Julio César Vidal Ortiz y Joaquín Builes.

En su inicio sólo tenía un trasmisor de 15 vatios y un equipo de discoteca no apropiado. Sin embargo, en su afán de competir con la desaparecida Creer Estéreo y La Voz del Níquel, adquirieron nuevos equipos y transformaron la torre de sonido. Es una emisora sin ánimo de lucro, que desarrolla más que todo programa de carácter comunitario.

5.1.2. Telemontelíbano

El proyecto de Televisión Comunitario Telemontelíbano, nace como una iniciativa del Sindicato de Trabajadores de Cerro Matoso S.A “SINTRACERROMATOSO” que busca llevar alternativas propias de televisión para resaltar los valores y la

entidad regional, frente a la gran cantidad de señales y programas extranjeros que influyen en la formación de la comunidad y sus costumbres.

La Asociación Comunitaria se constituyó formalmente el día 14 de octubre de 1999 mediante asamblea general que contó con la participación de 521 personas que decidieron su formación y constitución formal.

5.1.3. TV Floresta

El sistema de televisión comunitaria TV Floresta fue creado el 15 de marzo de 2003 con la Resolución 355 de la Comisión Nacional de Televisión. Para su creación, se unieron autoridades oficiales, eclesiásticas, medios de comunicación, empresas y habitantes de la zona.

TV Floresta es un sistema de televisión comunitaria (Televisión cerrada) donde pueden sintonizarse 67 canales nacionales e internacionales. Y que utiliza el Canal 8 para emitir su contenido propio, los programas los realiza gente del barrio y la comuna (la programación, emisión, posproducción y realización son realizados por profesionales). El objetivo es darle espacio a quienes quieran interactuar con la comunidad por medio de la televisión.

Cuando alguien presenta una nueva propuesta se evalúa, en primera instancia, si hay actualmente un proyecto parecido en el canal porque no tiene sentido emitir dos programas cuyo contenido es similar. Luego, se mira su utilidad: si realmente

Aporta algo a la Comunidad. Finalmente se define su viabilidad: si hay espacio en la parrilla. (Villa, D, 2010).

5.1.4. Proyecto EduTV

EduTV @ La Mesa es una fundación sin ánimo de lucro, creada en 1999, con el fin de participar en el desarrollo de la región del Tequendama (Colombia), mediante la producción y transmisión de programas educativos a través del canal 45. JanHenkKleijn, promotor de la iniciativa, presentó en el marco de la V Muestra, Seminario y Taller Internacional Televisión de Calidad 2006, la experiencia que se lleva a cabo a través del canal comunitario, con los niños, jóvenes y comunidad de la región." (Henk, K, 2006)

5.1.5. Experiencia en Brasil

De los movimientos sociales se extraen principios y experiencias, tales como la participación y la de democracia que van ayudando a configurar las nuevas experiencias. Como dice Carlos Eduardo Zanatta (1996, p.1), "*Los observadores de la escena política brasilera tienen verificado el "sube y baja" del movimiento social, en especial de los llamados movimientos sociales urbanos que, al ver atendidas sus reivindicaciones, al menos parcialmente, acaban devolviéndose y los antiguos participantes pasan a actuar en otros movimientos*". Estos movimientos son también generadores de las ONGs - Organizaciones No Gubernamentales -, que tienen un papel político esencial en el desenvolvimiento

de la democracia. Son estas entidades las que se van articulando para la ocupación de los canales comunitarios.

Estas son evidencias de los procesos de transformación por la cual van pasando en las comunicaciones de la sociedad brasileña. Los grandes medios de comunicación de esa masa son cada vez más poderosos, eficientes, activos y calificados.

El canal comunitario, en la televisión por cable, fue viabilizado a través de la Ley 8.977/95, reglamentado por el Decreto 2206/97, obliga a la operadora de TV por cable a poner en disposición en su área de prestación de servicios, seis canales de utilización gratuita, que sean: un canal legislativo municipal/estadal, un canal reservado a la Cámara de Diputados, un canal para el Senado Federal, un canal universitario, un canal educativo y cultural en el nivel federal, estadual y municipal, y un canal comunitario, abierto para la utilización libre por entidades no gubernamentales y sin fines de lucro.

Por otro lado el canal Comunitario de *Porto Alegre* fue uno de los primeros en entrar al aire, por el canal 14 de Net Sul. Se congregaron más de 300 entidades y crearon la Asociación de las Entidades de Usuarios del Canal Comunitario Puerto Alegre. El cual funciona como Consejo Gestor del Canal.

En Rio de Janeiro, existe un canal comunitario de nombre *TV Carioca*. Transmite por el canal 41 de Net/Cable Rio. Sao Pablo también tiene su canal comunitario que opera 24 horas al aire, su transmisión es por el canal 14 de Multicanal, canal

72 de TVA y canal 14 de Net. Este es utilizado para entidades no gubernamentales y sin ánimo de lucro.

En Brasil los canales comunitarios por ejemplo de acceso público en la televisión por cable, actualmente están viviendo una experiencia de radio comunitaria de baja potencia, los canales comunitarios despuntan como espacio plural, o sea abierto a la participación de toda y cualquier entidad representativa de la sociedad, desde que nace gubernamental y sin fines lucrativos.

Esta participación se hace necesaria tanto bajo el punto de vista legal, como operacional, y se viene realizando en la práctica, variando está claro, el grado de intensidad participativa y representativa, de una experiencia por otra. *(KrohlingPeruzzo C. 2002).*

5.1.6. Experiencia en Venezuela: Catia Tv

A través de la herramienta audiovisual y de la autogestión del canal los vecinos y vecinas participan, se organizan y buscan soluciones a sus problemas locales. Actualmente hay más de 13 emisoras que transmiten por frecuencia de aire en diferentes regiones, desde canales campesinos en zonas rurales (Comunare Rojo Tv, Montaña Tv, Quijote Tv, etc.), hasta experiencias en barrios urbanos (Teletambores, Petare Tv, Tv Rubio, Canal Z, etc.).

Al llegar al barrio caraqueño de Catia, situado al oeste de la ciudad, una se sorprende al ver el letrero sobre una casa de estilo colonial: “No vea televisión, hágala”, es la actual sede de Catia Tv, la primera televisión auto gestionada por vecinos y vecinas. Hace 17 años que la comunidad realiza un trabajo sociocultural en esa zona de la ciudad, fue luego de la revuelta popular del “Caracazo” en 1989 cuando un grupo de vecinos y vecinas, futuros fundadores de Catia Tv, comenzaron sus primeros pasos con la creación de la Casa de la Cultura Simón Rodríguez.

En palabras de Wilfredo, miembro fundador de Catia Tv y parte de este primer momento: “Catia Tv nace del Cine Club Manicomio donde nosotros proyectábamos películas analizando y acompañando a las comunidades socioculturales y políticas. La gente nos contaba muchísimas cosas. Una noche se nos ocurrió proyectar la historia del barrio en la cancha del Molino del Manicomio de la Parroquia La Pastora, el juego de béisbol, Nuevo Caracas vs. Magallanes, era un pretexto. La gente comenzó a verse, les gustaba escuchar lo que decían, lo que pensaban sobre la historia del barrio. Nosotros decíamos que allí la gente era protagonista de verdad de sus propios hechos, de su propia historia. Fue ahí cuando al compañero Ricardo Marquet se le ocurre montar una televisora en el barrio. Estábamos aprendiendo, no sabíamos qué era una televisora comunitaria, no entendíamos ni qué eran las ondas hertzianas”.

Al principio nadie creía que este deseo colectivo fuera realizable. Mientras los trataban de “locos”, el grupo seguía creyendo en la utopía de hacer televisión para la comunidad. Al principio pensaban un canal en circuito cerrado, luego conocieron

la experiencia del canal popular Tv Rubio, que llevaba años experimentando con el medio, y entraron en contacto con el técnico que hacía transmisores caseros.

Fue en marzo del año 2001 cuando Catia Tv logró salir al aire de forma regular y legal, luego de varias trabas burocráticas, con un permiso otorgado por CONATEL (Comisión Nacional de Telecomunicaciones). El canal estuvo sin transmitir un año a consecuencia de amenazas que llevó al colectivo a dedicarse a la producción audiovisual como forma de obtener recursos económicos para dotarse de equipos e infraestructura para volver a salir al aire, a mediados del 2002, desde la actual casa colonial ubicada en la zona de Caño Amarillo. *(Fernández, M. 2007)*

5.1.7. Experiencia en Colombia

Sábado 12 de Abril de 2008 22:43 Editor ..P-ES.- El canal comunitario Viboral TV, del municipio de El Carmen de Viboral (Colombia), lidera un proyecto, con el apoyo de la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC), que tiene como objetivo contribuir a la paz y al desarrollo social en Colombia.

Según los promotores de la iniciativa, se trata de "promover la participación comunitaria, la construcción de opinión y el conocimiento de la realidad local a través del canal comunitario, propiciando espacios amplios, plurales e incluyentes para el diálogo entre los diferentes agentes locales de desarrollo".

La ejecución del proyecto llevará nueve meses, en los que se producirán programas de televisión con los diferentes actores sociales involucrados, en temas

como gobernabilidad, medio ambiente, discapacidad, participación y derechos humanos, identidad y expresión cultural, género, niñez y adolescencia.

Una de las principales comunidades que se favorecerá con el proyecto son los niños del área rural y urbana del municipio, porque con esta iniciativa se busca que, al culminar los talleres, estos pequeños lleven a su televisión comunitaria y con su propia producción sus experiencias cotidianas, sus problemas y sus esperanzas.

El proyecto también contempla la compra de equipos de producción y transmisión de última tecnología para el canal comunitario.

Según el gerente de la Cooperativa Multiactiva Viboral TV, William Galindo, "este tipo de alianzas entre las agencias de cooperación internacional y las comunidades organizadas propician nuevas y mejores condiciones de vida para las comunidades beneficiarias de dichas alianzas; convencidos de esto, la cooperativa logró con la agencia internacional WACC, cofinanciar este proyecto de alto impacto en las comunidades más desprotegidas de El Carmen de Viboral, para la capacitación a los niños y jóvenes del sector rural, la adquisición de tecnología para la producción del canal comunitario y la visualización de la realidad y el potencial rural en el casco urbano del municipio". (*Editor, 2008*)

6. MARCO HISTÓRICO (TV COLOMBIANA – APARICION TV COMUNITARIA ANALISIS)

Sin duda la televisión como medio de comunicación a distancia es hija de la radio, es decir, se desarrolla a partir de ésta. “Por ello la historia de la radio es común con la televisión, no solamente desde el punto de vista de la tecnología empleada (la transmisión del mensaje a través del espectro electromagnético), sino también en cuanto que la televisión hereda de las bases financieras, la estructura de control y hasta gran parte del personal humano (los artistas y trabajadores de la televisión frecuentemente lo han sido primero la de la radio”.(López L. 2004. P. 317).

Es importante señalar que como el cine, la televisión surge como respuesta a una necesidad real del hombre, la necesidad de una nueva forma de diversión, de información y de expresión de la realidad. Nace en un momento histórico concreto: “cuando la diversión se identificaba con la evasión de la realidad, cuando la diversión entraba en la producción y mercado artículos de consumo, cuando al información y expresión de la realidad manipulaban para darle apariencia de naturalidad y eternidad a la estructura económica capitalista, cuando la publicidad comenzaba a convertirse en el alimento indispensable de todos los medios de comunicación” (Hernando. M. 1978. P. 5.)

6.1. Antecedentes

Al igual que en el cada de los otros medios, la televisión tampoco fue el producto de una sola persona. Fue también el producto de varios descubrimientos que se unieron para producir este fenómeno de la pantalla chica. El desarrollo tecnológico de la televisión comienza desde el año 1917 con el descubrimiento, realizado por el químico sueco JacobBerzelius, de las propiedades del selenio (elemento cuya conductividad eléctrica aumenta con la luz que recibe). Sobre este descubrimiento, que se constituye en el principio fundamental de la televisión, trabajaron posteriormente para perfeccionarlo el ingeniero Vladimir KosmaZworykyn (1889), norteamericano de origen ruso, el inglés Logue Baird (1848-1946) y el alemán Paul Von NipKov (1860-1940). (López L. 2004. P. 321)

Los esfuerzos de varias generaciones jalonados por estos pioneros culminaron con la aparición en el mercado de los aparatos de la televisión durante la década de los 40 al 50.

La primera etapa en el proceso tecnológico de este medio consistió en el descubrimiento de la posibilidad de transmitir a través del espacio las imágenes en movimiento, gracias a su descomposición en una serie de pequeños puntos luminosos que se trasmitían en forma de impulsos eléctricos. La segunda etapa consistió en realizar el proceso inverso, que se logró rudimentariamente con la invención del "iconoscopio", un tubo electrónico en el que un haz de electrones bombardea una pantalla fosforescente para obtener la recomposición de la imagen de un receptor. En el tercer estadio, logrado en 1925, Baird logra por primera vez

trasladar la imagen de una habitación a otra, y así el proceso tecnológico básico de la televisión queda concluido. A la vuelta de unos años estos trabajos empíricos se convirtieron en poderosas industrias en manos de los países tecnológicamente más desarrollados, como los Estados Unidos, Gran Bretaña, Alemania y Francia.

Como heredera de la radio, la televisión cayó desde sus comienzos en manos de la publicidad. El público ya estaba habituado a los avisos publicitarios y la televisión prometía ser el vehículo más eficaz para la propaganda comercial. Por lo demás, el aparato de la televisión se convirtió rápidamente en un símbolo de "status". (López L. 2004. P. 330) Mucha gente llegó incluso a privarse de lo necesario con tal de comprarse su propia pantalla chica.

Los progresos logrados por la televisión en la década de los 30 al 40 sufrieron un estancamiento durante la Segunda Guerra Mundial, ya que las investigaciones se detuvieron porque los científicos y los laboratorios se destinaron en todos los países a las operaciones de carácter militar. Pero el proceso de crecimiento continuo para unavez lograda la paz en el año 1945, sobre todo en los Estados Unidos, país que entro en un rápido crecimiento, en donde el poder de compra de las familias creció a tal punto que el televisor se halló prácticamente al alcance de todo el mundo.

Durante esta época, en la mayoría de países, la televisión alcanzó el punto de saturación, principalmente en los países más avanzados. En las demás naciones, mientras grandes sectores de la población marginal y campesina Vivian del lado

de la televisión y otras formas de comunicación masiva, en otro extremo otros sectores inician el debate sobre los efectos perniciosos de la televisión en la cultura y sobre la contaminación que produce, especialmente en los niños, y que puede llegar a niveles que se pueden denominar de la “tele adicción”. (López L. 2004. P. 319)

Es además el momento en que la televisión casi por azar descubre la principal característica de su lenguaje que incluso la diferencia hoy día de su progenitor: el cine. Este elemento es el directo, que permitió observar en vivo los principales acontecimientos de la década del sesenta hasta nuestros días y por supuesto originó la vertiente que más interés ha generado tanto a teóricos, como neófitos: “La televisión informativa, que tal como la conocemos hoy, surgió principalmente en Estados Unidos”(López L. 2004. P.339).

En los años cincuenta, y sobre todo, en los sesenta la información en la T.V. prosperó de la mano de una serie de periodistas que alternaban su trabajo en periódicos, emisoras de la radio y de televisión, pues como se mencionó al principio, la herencia radiofónica y periodística de la televisión es muy marcada. De hecho muchas emisoras radiales y canales de televisión pertenecían a una misma sociedad o grupo económico.

La televisión en todo el mundo, sobre todo en su versión informativa, era más o menos similar. Ello se explica porque las grandes estrellas de la época como Edward Murrow y Walter Cronkite, en la CBS, y Hantley y Brinkley en la NBC,

procedían de la radio y el lenguaje que utilizaban en sus presentaciones, los comentarios y la estructura de los informativos, era radiofónico. Las imágenes eran simples accidentes que, con suerte, no introducían ningún cambio en el mensaje.

“La diferencia de los noticieros de Estados Unidos con los del resto del mundo, era que allí habían descubierto la figura del presentador principal o *anchorman*, que hasta hace pocos años en Colombia era un simple locutor de radio o lector de noticias. Este tipo de locutor-periodista participa en la elaboración de las noticias y es contratado por su dicción y por su tono de voz.” (López L. 2004. P. 332)

Mientras tanto en Estados Unidos había surgido programas, como 60 minutos de CBS, que fue copiado en todo el mundo, como sucedió en Colombia con Séptimo Día. Esta forma de hacer televisión (la radiofónica) no cambió en varios años. Solo hasta 1969, y se produjo un hecho trascendental para la historia de la humanidad y la televisión: la llegada del hombre a la luna.

La televisión es y ha sido históricamente una herramienta monopolizada por los grandes capitales, ha sido patrimonio del poder y una eficaz herramienta de dominación cultural. Ahora, sin embargo, se da la posibilidad de que surja y se masifiquen experiencias de televisión “alternativa”, “canales comunitarios”, “barriales” o “populares” (López L. 2004. P. 347).

Para una aproximación a lo que hoy día se conoce como medios alternativo (canal comunitario) resulta significativo resaltar la relación teórica que existe entre comunicación alternativa y comunicación popular. La comunicación alternativa surge en los años 80 como una actitud contestataria ante el avasallamiento y predominio de los medios de comunicación masiva. Los comunicadores de medios pequeños encuentran que hay otras vías y métodos más adecuados para llegar a su público, y plante que es necesario salir de los marcos de la ideología dominante. Partiendo del uso de mini medios, haciendo hincapié en el panorama local para satisfacer las necesidades de comunicación locales.

En los años ochenta, América Latina contaba con una muy rica y variada experiencia sobre prácticas alternativas de la comunicación inserta en el movimiento popular. Estas prácticas se caracterizaban por la creación de medios propios de información con una intencionalidad política de participación o reivindicación de demandas sociales. Ante los medios audiovisuales tradicionalmente autoritarios y apolíticos en su conjunto, la comunicación popular fue un concepto muy utilizado para nombrar todas esas realidades comunicativas que no estaban insertas en el aparato dominante (estado, empresarios, ejército, consorcios de comunicación constituidos).

Al hablar de comunicación alternativa se hace necesario hablar también de participación ciudadana, como un derecho, consagrado en la Constitución Nacional de 1991, en su artículo 20 establece que: Se garantiza a toda persona la

libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación.

La participación ciudadana es un proceso que modifica las relaciones de poder y permite la generación de una conciencia crítica y propositiva, se puede decir que: *“participación ciudadana es un proceso continuo en el cual se integra al ciudadano en forma individual o participando en forma colectiva, en la toma de decisiones”*

Todas las personas de acuerdo a la Constitución y a la Ley son sujetos de la participación que pueden hacer uso de este derecho, es decir, todas las personas se convierten en protagonistas desde la participación ciudadana en los distintos espacios y niveles de la vida política y cívica de un municipio o un país.

Existen dos categorías de agentes participativos: de acuerdo a quien tome la titularidad del derecho, por un lado están los que actúan como representantes de sectores específicos, tales como las Juntas Administradoras Locales, los Concejos Municipales, Juntas de Acción Comunal, Comités de Control Social, entre otros.

La segunda categoría, es la de ciudadanos y ciudadanas, es decir todos y todas como titulares de derecho, lo ejercen directamente, en donde se opina, se presentan iniciativas, se interponen mecanismos de control y se hacen propuestas.

7. MARCO TEORICO

7.1. Teoría de los efectos en las audiencias:

Como señala Rodrigo Alsina (1989), la historia de la MassCommunicationResearch está dominada por la consigna positivista Saber para preveer, preveer para poder, de esta forma, desde el comienzo, el área de estudio privilegiada ha sido la teoría de los efectos sobre las audiencias, esto es, conocer cuáles eran las reacciones del público frente a las propuestas mediáticas con el objeto de obtener las claves para conducir el comportamiento de las masas.

Pero la historia de la investigación de la comunicación, pone en evidencia, que tanto desde una perspectiva teórica como empíricas, las predicciones desarrolladas no siempre fueron acertadas, en efecto, los diferentes modelos que fueron desarrollándose con el objeto de explicar el comportamiento de las audiencias, han oscilado entre la omnipotencia hasta la irrelevancia de la capacidad de los medios para influir en el público hacia el cual dirigen sus mensajes.

Las primeras corrientes de la escuela norteamericana, estuvieron notablemente influidas por el conductismo, escuela psicológica que considera la conducta humana como una respuesta frente a estímulos externos. Esta influencia teórica será evidente particularmente en la teoría hipodérmica cuya concepción de la audiencia se condice claramente con la concepto mecanicista de la conducta que subyace a la escuela conductista. (TEA, 2010)

7.2. Teorías de la omnipotencia de los medios:

En la noche del 30 de octubre de 1938, millares de estadounidenses fueron aterrorizados por una emisión de radio de la CBS que describía la invasión de los marcianos. Su artífice era OrsonWelles, que escenificaba La guerra de los mundos, la novela fantástica de H.G. Wells.

El sociólogo HadleyCantril, a quien se debe un análisis sobre el impacto de este programa resume así el estado de shock de los oyentes: mucho antes de terminar el programa, en todo EEUU, había personas rezando, llorando y huyendo frenéticamente para no encontrar la muerte a mano de los marcianos. Algunos corrieron en busca de seres queridos. Otros telefonearon para despedirse o alertar a los amigos, corrieron a informar a sus vecinos, buscaron información en las redacciones de los periódicos y las emisoras de radio, o avisaron a las ambulancias y coches de patrulla de policía. Por lo menos seis millones de personas oyeron la emisión y como mínimo un millón de ellas se asustaron o se inquietaron.

El acontecimiento creado por Welles permitía por primera vez hacer un test de tamaño natural sobre las condiciones de sugestibilidad, del recíproco contagio sobre el pánico (Psicosis colectiva).

En el plano de las representaciones sociales, estas escenas de emoción inauditas, que se traducían en actos irreflexivos e incitaciones gregarias, no fueron las últimas en fundamentar la teoría de la omnipotencia de la nueva técnica de comunicación a través de las ondas" (*Ibi, 2010*)

7.3. Teoría de Comunicación para el Desarrollo

La preocupación normativa del 'servicio público' trascendió también a los países del Sur. Era la época de afirmación nacional, como la nacionalización del petróleo en Venezuela (1975). Tal estrategia proviene de gobiernos dispuestos a llevar adelante políticas comunicacionales acordes con las necesidades del país. Se buscaba la comunicación democrática y participativa.

La UNESCO en Costa Rica (1976) trató de establecer políticas nacionales y Regionales de comunicación queriendo transformar el control y funcionamiento de los sistemas sociales de información desde las cúpulas.

Conceptos como "derecho a la comunicación", "democratización de la Comunicación", "planificación de la comunicación", "políticas de comunicación" y "flujo equilibrado de noticias" abundan y confluyen hacia el final de la década de los 70 en el proyecto de un "Nuevo Orden Mundial de la Información y de la Comunicación" (NOMIC) y en el "Informe McBride", encargado por la UNESCO y publicado en 1980.

Este Informe se hizo eco de las teorías, que prevalecían en los países menos desarrollados, como la de "Comunicación para el Desarrollo" (McQuail, 1994: 126-127) o de "medios y desarrollo". En una primera etapa difusionista, ella estudia cómo los medios pueden difundir información del autollamado Primer Mundo apta para la innovación, la educación y la salud de los países en desarrollo (Everett Rogers, 1962, 1973, 1976; Lerner, 1958; cfr. White, 1997: 151). Por ejemplo Madison (1971) hizo un sondeo para la UNESCO sobre cómo la radio y la TV estaban combatiendo el analfabetismo (cfr. Brown 1991: 50). La teoría clásica de Comunicación para el desarrollo decía que los medios pueden ayudar a los países subdesarrollados. Pero de hecho han ayudado poco. Por ello se está reevaluando esta teoría. El modelo de influencia de los medios era un modelo mecanicista de transmisión, que no tenía en consideración el contexto social. Rogers (1976) recomendó la participación y la convergencia y el hacer caso a las estructuras de poder local y a los valores tradicionales (McQuail 2000: 85). Sus principales representantes de hoy son: Servales, 2002, Richard, Thomas y Nain, 2001, Melkote y Steeves, 2006. (Martínez, T, 2006)

8. MARCO CONCEPTUAL

En el siguiente marco conceptual se busca que los diferentes conceptos los cuales se utilizarán en el transcurso de la investigación, creen una percepción más clara y objetiva de lo que es la comunicación, participación y televisión comunitaria, tomando como referente principales autores que más le ha aportado a este tema, tales como:

8.1. Televisión Comunitaria

En la actualidad, la CNTV define la televisión comunitaria como el “servicio de televisión prestado por las comunidades organizadas sin ánimo de lucro, con el objeto de realizar y producir su propia programación para satisfacer necesidades educativas, recreativas y culturales.” (CNT, 2011). En la reglamentación establece además, que el servicio deberá prestarse bajo la modalidad de televisión cerrada, por uno o varios canales de la red y “no se confundirá con el de televisión por suscripción”

Para llegar a esta definición, la televisión comunitaria ha vivido un proceso de transformación que remonta sus inicios a los años 80, época en que todavía no existía la CNTV como órgano regulador de la televisión en el país. Como lo explica Sergio Restrepo , gerente de cooperativa de canales comunitarios

COMUTV, en los años 80, en pleno auge del narcotráfico llegó la televisión satelital a las unidades cerradas con la novedad de los canales temáticos y especializados, lo que despertó interés en la gente de los barrios por organizar juntas que desarrollaran la idea de un sistema comunitario del que podrían ser dueños , y así poder contratar canales que en ese momento solo veían los estratos más altos.

“Servicio de televisión operado y prestado por las comunidades organizadas sin ánimo de lucro, para autoservirse de la televisión nacional e internacional y de la producción propia desarrollada por dichos por dichos canales. Este servicio deberá prestarse bajo la modalidad de televisión cerrada, por uno o varios canales de la red.

Por razón de su restricción territorial y por prestarse sin ánimo de lucro, con base en los principio de economía solidaria y propiedad colectica,. Este servicio no se puede confundir con el de televisión por suscripción.

Los contenidos audiovisuales de su programación no se orientan por el interés comercial, sino, principalmente, por la satisfacción de necesidades educativas, culturales y recreativas, con énfasis en contenidos sociales y comunitarios.” (Ibi, 2011)

8.2. Participación

Manuel Vidal, en la revista Signo y Pensamiento, No 19 de 1991, expone tres tipos de participación: 1. Participar, notifica, avisar, hacer saber, 2. Participar, cooperar,

contribuir, hacer parte y 3. Comunicar, intervenir y tomar parte. Esta última es aquella en la cual hay comunicación e intervención de todos en la solución de un conflicto, en todas las etapas del mismo desde su definición hasta su solución, por tanto es la que se implementará en el transcurso de esta investigación.

“La participación asume entonces la forma civilizada de solución del conflicto, desde que se define que es lo que está en conflicto, hasta que se determina la forma de resolverlo y de administrarlo”

(Vidal, Signo y pensamiento n19, 1991 p.26).

Así pues, una de las finalidades de la investigación es fomentar la participación ciudadana, a través de diversos talleres en donde expongan sus opiniones frente al canal comunitario, y se generen alternativas, sugerencia para mejorar la participación de la ciudadanía en los procesos internos y los productos audiovisuales que ofrece el canal dentro de su parrilla. Según Nicolás Pineda Pablo “se trata también de que el desarrollo se construya no sólo sobre la base de proyectos de inversión, obras de infraestructura y atracción de empresas extranjeras, sino también y de manera determinante sobre la elevación de la dignidad de las personas involucradas y la valoración de su voz y participación en la construcción de futuros comunes” (Pineda, 1999, p. 11).

Por otro lado, Mario Kaplún propone una nueva concepción entre emisor y receptores; para utilizar el neologismo acuñado por Cloutier todo hombre es un «emirec», esto es, un emisor/receptor dotado y facultado para ambas funciones.

Todos los seres, grupos, comunidades y sectores de la sociedad tienen derecho a participar en el proceso de comunicación actuando alternadamente como emisores y receptores. El modelo comunicacional sustentado podría, pues, ser expresado por dos «emirecs» (ER) intercambiando mensajes.

8.3. Comunidad

Una comunidad es un grupo o conjunto de individuos, seres humanos, que comparten elementos en común, tales como un idioma, costumbres, valores, tareas, visión del mundo, edad, ubicación geográfica (un barrio por ejemplo), estatus social, roles. “Por lo general en una comunidad se crea una identidad común, mediante la diferenciación de otros grupos o comunidades (generalmente por signos o acciones), que es compartida y elaborada entre sus integrantes y socializada. Generalmente, una comunidad se une bajo la necesidad o meta de un objetivo en común, como puede ser el bien común;” (Wikipedia, 2011) si bien esto no es algo necesario, basta una identidad común para conformar una comunidad sin la necesidad de un objetivo específico.

8.4. Participación ciudadana

Se denomina así a la integración de la ciudadanía en el proceso de adopción de decisiones del gobierno de su ciudad, autonomía o país. O dicho de otro modo, para que una ciudad o un país modernos proporcionen los mejores servicios y oportunidades a la población, debe contar con gobiernos abiertos y receptivos, dispuestos a escuchar lo que los ciudadanos y ciudadanas les quieren transmitir

para contribuir a mejorar la política y la gestión de los asuntos públicos. Eso es Participación Ciudadana: la imprescindible participación de todos los hombres y mujeres que quieran implicarse en los problemas que les afectan, aportando puntos de vista, inquietudes y soluciones. (FMP, 2011)

8.5. Participación comunitaria

Es la tarea en que los diversos sectores, las organizaciones formales e informales, la comunidad y otras agrupaciones participan activamente tomando decisiones, asumiendo responsabilidades específicas y fomentando la creación de nuevos vínculos de colaboración en favor de la salud lideradas por el sector salud.

La Participación comunitaria permite la coordinación estrecha entre la comunidad, instituciones locales, organizaciones y el sector salud.

Para lograr la participación comunitaria existen condiciones básicas que muchas veces pueden presentarse en forma combinada, y en otros casos no existir por ello es muy importante tener en cuenta que la Participación Comunitaria no se realiza con los deseos sino con las acciones. (Ibíd, 2011)

8.6. Empoderamiento

El empoderamiento se relaciona, primero y antes que nada, con el poder, cambiando las relaciones de poder en favor de aquellos que con anterioridad tenían escasa autoridad sobre sus propias vidas. Batliwala (1993) lo define como

poseedor de dos aspectos centrales: control sobre los recursos (físicos, humanos, intelectuales, financieros, y el de su propio ser), y control sobre la ideología (creencias, valores y actitudes).

“Empoderamiento es raramente un proceso neutral. Precisamente porque implica un cambio en las relaciones de poder en favor de los que tienen menos poder, puede generar significativos disturbios sociales, aunque se inicie con un foco relativamente neutral.” (Gumusio, D, mayo 2010)

Aunque el empoderamiento a través de los procesos grupales puede ser altamente efectivo, finalmente puede llevar a cambios en un nivel individual, no sólo en términos del control sobre recursos extrínsecos, sino que también en una mayor autonomía y autoridad en la toma de decisiones, asertividad, entre otros.

8.7. Medios alternativos

Los medios alternativos promueven la diversidad cultural y son la base de la democracia participativa. Los medios masivos responden claramente a dos intereses complementarios e indivisibles: intereses comerciales e intereses políticos. Los intereses comerciales, basados en la noción de lucro y enriquecimiento –el “mercado”– tienen ramificaciones en la cultura y en la sociedad. Los intereses políticos intervienen en las instancias de poder, tanto en la administración del Estado como en el terreno de la ideología que disputa día a día el espacio de la esfera pública. Jesús Galindo observa dos escenarios

contrapuestos, la sociedad de información que es dominante, y la sociedad de comunicación que es emergente. *(M, A, abril 2010)*

8.8. Comunicación

La comunicación es el proceso mediante el cual se puede transmitir información de una entidad a otra. Los procesos de comunicación son interacciones mediadas por signos entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio de signos y tienen unas reglas semióticas comunes.

Tradicionalmente, la comunicación se ha definido como "el intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información mediante habla, escritura u otro tipo de señales". Todas las formas de comunicación requieren un emisor, un mensaje y un receptor destinado, pero el receptor no necesita estar presente ni consciente del intento comunicativo por parte del emisor para que el acto de comunicación se realice. En el proceso comunicativo, la información es incluida por el emisor en un paquete y canalizada hacia el receptor a través del medio. Una vez recibido, el receptor decodifica el mensaje y proporciona una respuesta. *(La Cocotera, 2010)*

9. MARCO LEGAL

El servicio público de televisión fue inaugurado en Colombia el 13 de junio de 1954 por el Presidente de la República, General Gustavo Rojas Pinilla, como un servicio del Estado.

El artículo 20 de la Constitución Política de Colombia establece que: Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación.

Así mismo en el artículo 67 de la Constitución Política, establece que "La educación es un Derecho de las personas y un servicio público que tiene una función social; con ella se busca el acceso al conocimiento, a la ciencia, a la técnica, y a los demás bienes y valores de la cultura."

La Constitución Nacional también hace alusión en el artículo 313 en su numeral primero que: "corresponde al Concejo Municipal reglamentar las funciones y la eficiente prestación de los servicios a cargo del municipio".

Esta normatividad vigente en el país, es el paraguas normativo en el que se amparan los medios de comunicación alternativos, dado que facilitan, coadyuvan y promueven la información y la educación como un derecho.

En lo relacionado a la participación ciudadana la Constitución Nacional desde su preámbulo menciona el marco en el cual se pretende desarrollar el Estado en Colombia que es calificado como Estado Social de Derecho, democrático y participativo, así mismo el artículo 270 faculta a la ciudadanía para que intervenga activamente en el control de la gestión pública al establecer: "La ley organizará las formas y los sistemas de participación ciudadana que permitan vigilar la gestión pública que se cumpla en los diversos niveles administrativos y sus resultados".

En Colombia la Ley que recoge este mandato constitucional es la Ley 134 de 1994: Por la cual se dictan normas sobre mecanismos de participación ciudadana.

9.1. Fundamentos legales de los canales comunitarios

Artículo 37, numeral 4, y 47, de la ley 182 de 1995

Artículo 24, literal e), de la ley 335 de 1996

Artículo 47, de la ley 182 de 1995

Acuerdo CNTV 006, DEL 15 de noviembre de 1996

10. METODOLOGIA

10.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La metodología se basa en la Investigación Descriptiva, el objetivo de este tipo de investigación consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento (Morales,F. 2010).

En las investigaciones de tipo descriptiva, llamadas también investigaciones diagnósticas, buena parte de lo que se escribe busca caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores.

10.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

Basadas en la metodología de muestreo se determinó la población, a la cual se le dirigirán los talleres y encuestas (80 personas). A estas personas se les dará a conocer el proyecto, los objetivos y acuerdos de trabajo necesario para la ejecución del proceso, a través del diálogo y consenso.

POBLACION	MARGENES DE ERROR					
	1 %	2 %	3 %	4 %	5 %	10 %
500					222	83
1.000				385	286	91
5.000		1.667	909	556	370	98
10.000	5.000	2.000	1.000	588	385	99
50.000	8.333	2.381	1.087	617	397	100
100.000	9.091	2.439	1.099	621	398	100

Tomada de: Metodología de Muestreo. [En línea]

<http://www.cesdonbosco.com/cii/documentos/IT%20METODOLOG%CDA%20DE%20MUESTREO.pdf>

10.3. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Lo que se busca en esta investigación es identificar la pregunta al problema: ¿La televisión comunitaria (Telemontelíbano) como medio de comunicación es la estrategia pertinente para que los habitantes del municipio de Montelíbano generen espacios de participación y reflexión social a través de la participación comunitaria?

Para ellos se utilizaron instrumentos tales como: encuesta, los grupos focales, los cuales brindaran a la investigación nuevos puntos de vista, y generará espacios de conocimientos en los jóvenes participantes además en la creación de una propuesta donde se refleje los contenidos audiovisuales que sean de su interés.

Dentro de este proceso, se ve la necesidad de crear talleres, estos, son fundamentales pues se expondrán a los jóvenes conceptos fundamentales, con el fin de generar en ellos motivación para hacer de la comunicación la estrategia de comunicación participativa comunitaria para expresar, exponer su situación, su realidad.

“Los grupos focales como una estrategia de investigación son apropiados cuando se está interesado en como los individuos forman un esquema o perspectiva de un problema” (Mertens, 2004, p245).

A partir de lo anterior, se facilitará la forma en que se llevará a cabo la investigación dado que los jóvenes interactuarán activamente, puesto dentro de los talleres, se implementaran grupo focales para que la interacción que se dé enriquezcan el proceso investigativo, donde nos pueda proporcionar puntos de vistas diferentes frente a las diversas problemática, además nos permitirá ver expresiones y comportamientos.

Como se puede ver, los instrumentos permitieron verificar y registrar la información por ende, utilizando diferentes elementos tales como: cámara de video, grupos focales, talleres, podremos obtener y registrar datos que apoyen el proyecto.

La encuesta permitió realizar protocolos los cuales fueron desarrollados en cada una de las actividades programadas.

A partir de lo anterior, se facilito la forma en que se llevo a cabo la investigación dado que los jóvenes interactuaron activamente, puesto que dentro de los talleres, se implementaron grupo focales, logrando así que la interacción que se dio, enriqueció el proceso investigativo, donde se pudo proporcionar puntos de vistas diferentes frente a las diversas problemática, además permitió ver expresiones y comportamientos.

Los instrumentos permiten verificar y registrar la información por ende, con la utilización de diferentes elementos tales como: cámara de video, grupos focales, talleres, se pudo obtener y registrar datos que apoyaron el proyecto.

11. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDAD	Fecha de Inicio	Fecha de Fin	2010								2011				
			Abril	Mayo	Junio	Julio	Agost	Sept	Oct	Nov	Enero	Feb	Marz	Abril	Mayo
Exploración Temática	Abril 15/2010	Junio 16/2010	■												
Visita de Campo (Municipio y Canal)	Abril 15/2010	Junio 16/2010	■												
Primer Planteamiento de la Propuesta	Julio 19/2010	Sept 20/2010			■										
Delimitación Temática	Sept 21/2010	Nov 15/2010					■								
Primeras Asesorías	Enero 20/2011	Feb 20/2011									■				
Entrega de Anteproyecto	Febrero 23/2011											■			
Segundas Asesorías	Marzo 14/2011	Mayo 08/2011											■		
Organización Talleres	Marzo 14/2011	Marzo 25/2011											■		
Desarrollo Talleres	Marzo 28/2011	Abril 10/2011											■		
Producción del Programa	Abril 15/2011	Abril 24/2011												■	
Transcripción de Resultado	Abril 11/2011	Mayo 08/2011												■	
Entrega Final	Mayo 13/2011														■

12. PRESUPUESTO

<i>Ítem</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Valor Unitario</i>	<i>Total</i>
1. Papelería			
1.1 Guía de Talleres	80 paquetes	2000	160000
1.2 Encuesta	80 paquetes	400	32000
2. Transporte			
2.1 Montelíbano	2	68.000	136.000
3. Alimentación			
3.1 Refrigerio Talleres	80 (3)	<i>Día 1 - 30000</i> <i>Día 2 - 30000</i> <i>Día 3- 40000</i> <i>Día 4 - 40000</i>	140.000

Total: 464.000

Los equipos fueron facilitados por TrackAudio Estudio y Telemontelíbano, el salón y equipo audiovisual donde se llevaron a cabo los talleres fueron facilitados por la Institución Educativa Diócesis de Montelíbano Colegio el Rosario.

II CAPITULO

1. LA TELEVISIÓN

La televisión surge por la insaciable curiosidad y el sueño del ser humano de poder hallarse en dos o más sitios distintos al mismo tiempo, conquistando el don de la ubicuidad.

Este medio de comunicación tardó siglos en hacer su aparición, pues requirió del conocimiento y el esfuerzo sinérgico de muchos hombres, con diferentes especialidades.

El proceso se inició en 1039 con Alhazan, que descubre la Cámara oscura, más tarde en 1826 Nicephoro Niepce, quien aplica con éxito la cámara oscura a la fotografía. En 1886 Heinrich Hertz demuestra la existencia de ondas electromagnética, en 1895 Marconi da a conocer la telegrafía sin hilo. Para el año 1925 se transmite la primera silueta en movimiento. Casi simultáneamente Charles F. Jenkins, en los Estados Unidos y Yahn L. Baird, en Inglaterra; realizaron la primera transmisión, valiéndose ambos en una adaptación del disco que en 1883 invento el científico alemán Paul Nipkow. A estos se sumaron otros más, buscando la perfección del medio, hasta llegar a la televisión que hoy en día observamos.

1.1. La Televisión en Colombia

Colombia tuvo televisión 28 años después de anunciado el invento en Londres. Fue introducida al país durante el gobierno del General Gustavo Rojas Pinilla quien inauguró para conmemorar el aniversario de su posesión como Presidente el 13 de Junio de 1954, "(López L. 2004. P. 322)de ahí en adelante decide implementarla como un instrumento de propaganda de régimen político. El servicio de televisión como: "un sistema de telecomunicaciones para la trasmisión de imágenes transitorias de objetos fijos o móviles, establecidos simultáneamente, con sonido y sin él y destinado a ser recibido por el público en general" (Munera Luis F. 1992. Pág. 49) Este decreto se reglamentó por medio del acuerdo 2427 de 1956.

Cuando se iniciaron las transmisiones por televisión Colombiana, había solo 400 receptores importados que cubrían la zona urbana de Bogotá. Poco después la señal llegó a Manizales, el Alto Magdalena y luego se difundió por las demás zonas del país. "(López L. 2004. P. 322).

A diferencia de otros medio masivos de comunicación, en Colombia la televisión nace completamente e manos del Estado. La programación durante este período se clasifican comúnmente dentro de la categoría de "cultural "o "educativos" que

se esforzaban por crear una imagen favorable del gobierno (López L. 2004. P. 323).

Mediante el decreto 3.267 en el año de 1963 se crea el Instituto Nacional de Radio y Televisión, Inravisión, el propósito de esta institución era la organización y control de las empresas comerciales.

La Televisión colombiana ingresa a la era del color (sistema NTSC) el 1° de diciembre de 1979. Unos años más tarde, en 1984 se autoriza la creación de canales regionales de televisión con la participación del Estado, como una operación al rescate de las regiones y los grupos humanos del país. “Cada región tiene su particularidad; cada cual tiene su identidad y la promueve con el aporte de las culturales locales” (López L. 2004. P. 326)

El primer canal de televisión regional sale al aire fue TELEANTIOQUIA, concebido como una sociedad Comercial e Industrial del Estado, cuyos socios originales eran las Empresas Departamentales de Antioquia e INRAVISIÓN. Este canal sale al aire en agosto de 1985.

El acceso del sector privado a la explotación directa del medio significó la adopción de un modelo mundial determinado por el interés económico. En 1991 nace la Comisión Nacional de Televisión CNTV (Ley 182 de 1995), este organismo ejerce, en representación del Estado, la titularidad y reserva del servicio público de la televisión. Le corresponde igualmente controlar el uso del espectro electromagnético dentro del criterio de garantizar pluralismo informativo, la competencia y la eficiencia.

1.1.1. Televisión Comunitaria

No es fácil intentar la recuperación de la historia de este medio masivo en el país debido a que su origen está atravesado por una serie de elementos que tienen que ver con aspectos tecnológicos, sociales, mediáticos, geográficos que se pueden tejer de manera diversa cuando de mirar el pasado se trata.

Esta caracterización de las piezas que integran el rompecabezas está tomada de la investigación que realizó Enrique Rodríguez, Comunicador Social, docente universitario e investigador, quien junto con Luis Fernando Barón y Julián Tenorio fueron los coordinadores generales de un equipo de trabajo que realizó durante 1997 el primer diagnóstico que se hiciera sobre este tema. Esta investigación fue publicada en un documento titulado "Señales de humo. Panorama de la televisión Local y comunitaria en Colombia" (CINEP.1998).

A este respecto Rodríguez señala: "Rápidamente fue posible adquirir aparatos relativamente bajos antenas parabólicas y sus consecuentes aditamentos. Igualmente, el valor de las cámaras de video, de calidad aceptable y en general de equipos de producción de fácil manejo, hizo que estos aparecieran en la escena como parte de los aditamentos de uso doméstico de muchos hogares de clase media y media baja, lo que por un lado puso a los

consumidores latinoamericanos más cerca del acceso a su producción" (Rodríguez, E. 1998, Pág. 15).

Como consecuencia de lo anterior se garantizará su consumo en usuarios de estratos medio y medio bajo, quienes inicialmente no podían acceder a esta tecnología por razones de costos. En los años siguientes se populariza su difusión, así como el número de personas capacitadas en su uso. Con la aparición y proliferación de las antenas parabólicas, debido al negocio que significaba su venta, instalación y mantenimiento, estas aparecen como un elemento clave con el que inicialmente estará asociada la televisión comunitaria. Estas harán presencia en los más apartados rincones del país y gradualmente se convierten en un sello de identidad que transforma de manera distinta el paisaje urbano y rural.

En las grandes ciudades, a partir de 1980, la arquitectura ostentosa del narcotráfico empieza a hacer posible la aparición de estos "grandes platos" en multifamiliares cerrados instalados inicialmente en sectores de estrato alto, pero rápidamente popularizados por razones de costos.

A lo anterior se añade el hecho de que no se pagaban derechos de autor, además del atractivo de entrar en contacto con una oferta audiovisual múltiple (a diferencia de la nacional que en ese entonces era reducida), proveniente de señales recibidas de distintos países, situación que empieza a modificar gradualmente los hábitos de consumo de los televidentes.

En las zonas rurales la realidad era distinta. La accidentada geografía nacional explica en alguna medida los problemas de recepción de señal de los canales de operación pública en los más apartados municipios del país y en esa medida la gran aceptación que tienen inicialmente las parabólicas.

Otro elemento importante por considerar en este recuento histórico tiene que ver con la descentralización política y administrativa que se inicia en el país hacia 1980 y que les da a los alcaldes mayor autonomía en el manejo del gasto público. Amparados por esta circunstancia, y algunos de ellos atraídos por la novedad que supone este medio audiovisual, deciden incursionar en el mismo buscando convertirse en un importante mecanismo de participación ciudadana.

Otros, como suele suceder, acudirán a él con fines proselitistas y electorales; pero ambos deberán recoger estas necesidades de la comunidad a través de este medio de comunicación. Como pioneros de la cara positiva de esta experiencia se menciona el caso de Telejerico en Antioquia, o Telestrina y Teleplatino, en el Chocó, por citar un par de ejemplos.

Como aspectos sociales que explican la expansión de este fenómeno encontramos la apropiación diversa y creativa que empiezan a hacer del mismo los usuarios de este servicio, quienes utilizarán la red para transmitir formatos domésticos eventos, actividades sociales y en general asuntos de interés para la comunidad. (Téllez, María P. 2003)

III CAPITULO

1. Montelíbano Córdoba

1.1. HISTORIA

Montelíbano es conocida como la capital del Alto San Jorge, es un municipio del departamento de Córdoba. Con una población aproximada de 85.000 habitantes de acuerdo al censo realizado por el DANE en 2005 - 2006, es uno de los centros económicos, comerciales y culturales más importantes de la región.

Montelíbano es fundado en 1907 y sus primeros colonos y comerciantes fueron: Anastasio Sierra, su mujer María Rosalía Tres palacios y su hermano Antonio Sierra, venido del Sinú; Salomón Bitar (Sirio) y José Antonio Uribe (antioqueño). El primer nombre que tuvo fue el de Mucha Jagua por la quebrada de ese nombre, próxima al lugar. En 1915 cambió de nombre cuando llegó una comisión oficial, con ellos venía el sirio NequibAbisambra, a quien se le ocurrió poner una tablilla en la casa donde se hospedaban con el nombre de "*Monte Líbano*". Del que proviene el nombre actual. El 4 de marzo de 1954 fue erigido municipio, por medio del decreto 810.

1.2. Geografía

Montelíbano se encuentra situado a los 7° 59' 13" de Latitud Norte y a 75° 25' 30" de Longitud Oeste. Localizado en la parte sur del Departamento de Córdoba. tiene una extensión de 1.897 kilómetros cuadrados, con terrenos mayoritariamente

planos y ondulados, pero también con una pequeña franja montañosa. Los principales elementos naturales del municipio lo conforman los ríos San Jorge y Uré, así como las serranías de Ayapel y San Jerónimo.

La biodiversidad de las especies, la aptitud del suelo para la explotación agropecuaria, la riqueza minera del subsuelo y la ubicación geográfica, son ventajas comparativas de que dispone el municipio para dinamizar su desarrollo.*(Wikipedia, 2011)*

1.3. Economía

La minería es la base de la economía del municipio, dentro del sector económico también encontramos la pesca. Actualmente no es tan intensiva e importante como años atrás sin embargo, aún es la base para el sostenimiento de muchas familias de la población.

En todo municipio del departamento de Córdoba, la ganadería es una actividad de importancia económica y Montelíbano no es la excepción. Cuenta con grandes e importantes hacendados en su zona rural, reconocidos a nivel regional y nacional por la excelente ganadería que estos poseen. Se destacan especies de ganado cebú, bovino, porcino, cabrino, brahman y el ganado bravo que es el usado en las tradicionales Fiestas de Corraleja.*(Wikipedia, 2011)*

1.4. Cerro Matoso

Cerro Matoso es el único productor colombiano de ferroníquel y una de las 10 empresas más grandes del país. Las actividades de Cerro Matoso S.A. se basan

en un sistema de extracción a cielo abierto y en un posterior proceso piro metalúrgico del que se obtienen gránulos de ferroníquel.

El producto de Cerro Matoso S.A. es exportado principalmente a Estados Unidos, Europa y Asia y goza de muy buena reputación por su alta calidad y sus especiales propiedades químicas.

Cerro Matoso S.A. no sólo ha potenciado el avance de los municipios circundantes, sino de toda la región, ha sido el principal generador de empleo directo e indirecto y ha implementado importantes proyectos públicos y sociales para el beneficio de la comunidad.

Cerro Matoso establece la dotación anual de tres fundaciones que trabajan en las áreas de bienestar económico y social, la educación y el cuidado de la salud.

Estas fundaciones participan en el desarrollo sostenible que abarca el bienestar social, educación, salud y proyectos de desarrollo micro-económico en Montelíbano y las comunidades circundantes para generar empleo de manera sostenible.

IV CAPITULO

1. Asociación de televisión comunitaria “Telemontelíbano”

1.1. Historia

El proyecto de Televisión comunitario nace como iniciativa del Sindicato de Trabajadores de la empresa Cerro Matoso “Sintracerrromatoso”, que busca llevar alternativas propias de televisión para resaltar los alores y la identidad regional, frente a la gran cantidad de señales y programas extranjeros con altos contenidos de violencia y con diversos modos de vida que influyen en la formación de la comunidad y sus costumbres.

De otro lado se persigue la integración de la comunidad y su participación activa en la producción de los programas y canales que se difundan.

También nace en un medio de comunicación local por el que se pretende difundir información regional de interés particular en el municipio, de manera tal que se pueda informar sobre acontecimientos importantes como la prevención en caso de desastres naturales, brigadas de salud, eventos culturales y deportivos, entre otros.

Es importante precisar que actualmente la recepción de la televisión abierta es muy deficiente, causando un altísimo malestar en la comunidad que no puede

acceder al acontecer nacional e integrarse al panorama colombiano, es por esta razón que el sistema comunitario proveerá con una alta calidad todos los canales abiertos a sus Asociados.

La Asociación se constituyó formalmente el día 14 de Octubre de 1999, mediante Asamblea General que contó con la participación de 521 personas que decidieron su formación y constitución formal para desarrollar los objetivos indicados anteriormente.

Producto de la Asamblea se constituyó la Junta Directiva integrada por personas de la comunidad y miembros de "Sintracerrromatoso"La Asociación Comunitaria Telemontelíbano proyecta la creación del Canal Comunitario Red Local Comunitaria, con el criterio de elevar el nivel de vida de los habitantes de la comunidad a la que pertenecen.

Bajo ésta óptica se pretende contribuir a la defensa de la democracia, a la promoción de la participación de los miembros en la vida de la población, propender por el desarrollo de actividades de utilidad social, educativa, científica y cultural para los miembros de la comunidad, promoviendo la calidad de vida mediante el disfrute de los derechos fundamentales consagrados en la constitución y leyes con el fin de buscar la convivenciapacífica, producir programas de televisión comercial o de interés público, entre otras.

Bajo este aspecto la AsociaciónTelemontelíbano mediante un plan estratégico proyecta la creación del canal comunitario, como el espacio mediante el cual se

pretende difundirlos aspectos culturales, recreativos e informativos de la comunidad integrante de Telemontelíbano.

Nuestro plan comprende, mediante recursos propios en infraestructura, equipo y recursos humano la preproducción, producción y postproducción, de los programas a emitir por el canal comunitario Telemontelíbano. *(Ptc, 2000, p.94)*

1.2. Misión

Satisfacer las necesidades de información, formación y entretenimiento de nuestros asociados con una programación de calidad, talento humano calificado y tecnología de punta, buscando el mejoramiento continuo y actualización permanente para ofrecer un excelente servicio de televisión comunitaria que contribuya a la construcción de ciudadanos con una mejor calidad de vida. *(Ptc, 2000, p.94)*

1.3. Visión

Incrementar para el año 2015 nuestra cobertura y expansión a nivel urbano, posicionándonos como la principal opción en televisión comunitaria con tecnología de punta. *(Ptc, 2000, p.94)*

1.4. Programas de Producción propia

- 1.4.1 Tv Noticias: Es el noticiero del canal, busca mantener informado a los habitantes de Montelíbano sobre los hechos más relevantes del municipio y el Alta San Jorge. Se emite de lunes a viernes de 6:30pm a 7:30pm.
- 1.4.2 Ritmo En Vivo: Es un programa musical juvenil busca el entretenimiento y participación de jóvenes a través de la interacción en temas del día. Se emite de lunes a viernes 8:30am a 10:30am.
- 1.4.3 La Hora del Patico: Es un programa musical busca el entretenimiento de todos los asociados a través de videos musicales de todos los géneros, se emite de lunes a viernes.
- 1.4.4 Fe y Vida: Es un programa que presenta testimonios de vida, y se dan temas con respecto a la Fe católica.

1.5. Parilla programación

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
A las seis De la mañana	HIMNOS de 6:00 a 6:10						
	Videos Musicales Años 70 De 6:10 a 8:00	Música Cristiana de 6:10 a 8:00	Videos Musicales Años 70 De 6:10 a 8:00	Videos Crossover De 6:10 a 8:00	Rondas Infantiles De 6:10 a 8:00	Videos Tropicales De 6:10 a 8:00	
A las ocho De la mañana	Rondas Infantiles De 8:00 a 9:00	Documental "La Bruja" De 8:00 a 9:00	Rondas Infantiles de 8:00 a 9:00	Videos Tropicales de 8:00 a 9:00		Rondas Infantiles	
A las nueve De la mañana	Ritmo en Vivo de 9:00 a 10:00					Zona 13 de 9:00 a 10:00	de 8:00 a 10:00
A las diez De la mañana	Documental De 10:00 a 12:00	Documental De 10:00 a 12:00	Conciertos Vallenatos De 10:00 a 12:00	Fiestas en Corraleja De 10:00 a 12:00			Zona 13 De 10:00 a 11:00
A las once De la mañana	Un ratico en Casa De 11:00 a 12:00		Videos Crossover De 11:00 a 12:00	La Santa Misa De 11:00 a 12:00			
A las doce De la mediodía	Videos Musicales Románticos De 12:00 a 14:00	Videos Crossover De 12:00 a 14:00	Videos Musicales Románticos De 12:00 a 14:00	Videos Musicales tropicales De 12:00 a 14:00	Resumen Tv Noticias De 12:00 a 14:00	Videos Musicales Románticos De 12:00 a 14:00	
A las dos De la tarde	Videos Crossover De 14:00 a 16:00	Fiestas en Corraleja De 14:00 a 16:00	Documental De 14:00 a 16:00	Documental De 14:00 a 15:00	Un Ratico en Casa De 15:00 a 16:00	Clásicos del Vallenato De 15:00 a 16:00	Fiestas en Corraleja De 14:00 a 16:00
A las cuatro De la tarde	Programación Infantil de 16:00 a 18:00					La hora del Boxeo De 16:00 a 17:00	Conciertos vallenatos De 14:00 a 18:00
						La Salsa Gastonera De 17:00 a 18:00	
A las seis De la tarde	HIMNOS de 18:00 a 18:10						
	Videos Música Popular de 18:10 a 18:30			Videos Crossover de 18:10 a 18:30		Super Vallenatos de 18:10 a 19:00	Documentales De 18:10 a 19:30
A las siete De la noche	TV Noticias De 18:30 a 19:30					Videos Crossover De 19:00 a 21:00	Ritmo en Vivo De 19:30 a 21:00
A las nueve De la noche	TV Noticias y programas institucionales (Cesión del Consejo - Programa Alcaldía) de 19:30 a 24:00					Documentales De 21:00 a 24:00	
A las doce	Música Ambiental (Cierre de Programación) De 24:00 a 6:00					Música Cristiana (fin de Programación) De 21:00 a 24:00	Música Ambiental Cierre de programación De 24:00 a 6:00

V CAPITULO

1. Desarrollo talleres e investigación

1.1. Taller de Socialización y bienvenida

Objetivos:

Incentivar a las personas sobre la importancia de la realización de un canal comunitario encaminado a construir una cultura más influyente, solidaria y colectiva.

a través de video la realización de un canal comunitario

Actividades:

- Conocer a los jóvenes con quienes se va a trabajar, se realizará un círculo y de manera dinámica, también se presentará frente al grupo para que conozca un poco de cada una de las investigadoras. De igual manera, exponer el proyecto, los objetivos, su finalidad y el horario de trabajo de los talleres.
- Socializar que inquietudes y expectativas tienen acerca del proyecto.

1.2. Taller de televisión comunitaria y presentación del canal comunitario “Tv Montelíbano”

Objetivos:

- Identificar conceptos básicos de la comisión nacional de televisión, propósitos y objetivos de la televisión comunitaria.
- Dar a conocer la Historia, misión, visión, objetivos y desarrollo de la Asociación de televisión comunitaria Telemontelíbano.

Descripción

Repartir un formulario el cual se pedirá que sean llenados y se les explicará mientras son entregados, que es una encuesta para saber que les parece la televisión comunitaria Telemontelíbano, ¿Les gusta o no? ¿Qué creen que le hace falta? Si les gustaría hacer parte de un canal comunitario ¿por qué?

1.3. Taller de Comunicación y Comunicación para el Desarrollo

Objetivo

Conocer conceptos básicos de comunicación, comunicación para el desarrollo, participación, medios ciudadanos, cultura ciudadana y empoderamiento. Además formar a agentes del desarrollo local en el uso, planeación y aplicación en la que la comunicación sea tomada en cuenta como elemento fundamental del desarrollo de un colectivo o comunidad.

Descripción

Los asistentes a los talleres debatirán las diversas problemáticas que tienen sus barrios y escogerán dos de ellas que consideren son de mayor relevancia y realizarán una representación de estas. (La interacción que se dé nos ayudara a enriquecer el proceso investigativo, donde nos pueda proporcionar puntos de vistas diferentes frente a una problemática, además nos permitirá ver expresiones y comportamientos).

1.4. Taller de producción de televisión y Trabajo en equipo.

Objetivos

Conocer todas las fases de la producción y de la adecuada ejecución de éstas.
Saber desarrollar una producción con una planificación adecuada, una formación de equipos idóneos, optimización de los recursos, minimización de los costos con el objetivo de obtener la mejor calidad y el mejor rendimiento del producto.

Descripción

- Se realizará una breve inducción acerca del manejo de una cámara y sus distintos planos y enfoques.
- Explicación de los diferentes roles de la producción de televisión
- Explicación de las etapas de producción: Preproducción, producción y posproducción
- Muestra de realizaciones audiovisuales: comerciales, videos musicales y trabajos comunitarios
- Explicación de realización de guiones, escaletas

1.5. Taller de planeación para la producción / Presentación del Programa

Objetivo

Organizar las tareas para la realización de la primera emisión del programa

Descripción

Después de presentar el programa, las secciones, la idea es crear en conjunto un cronograma que muestre el desarrollo que tendrá el programa, en el se mostraran las secciones, presentadores, día, hora y lugar de grabación. Se realizará la audición para escoger presentadores. Este día es decisivo e involucra la participación activa de todos.

Producción

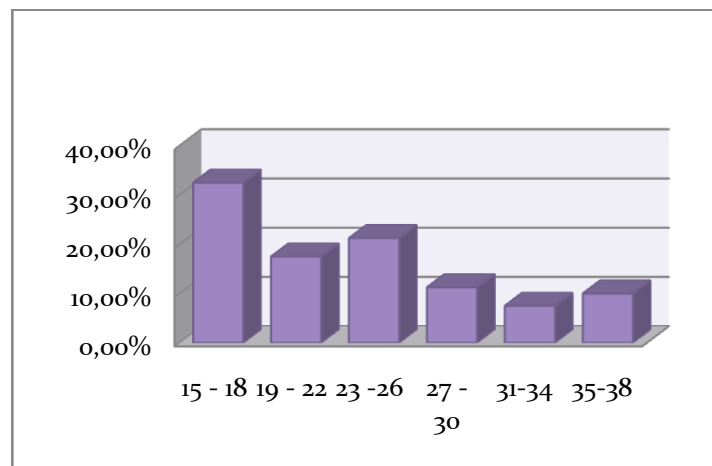
Se pasará por las tres etapas de la producción, haremos el respectivo acompañamiento hasta tener la editada la primera emisión de programa.

2. Encuesta

La siguiente encuesta la realizan estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Tecnológica de Bolívar, con el propósito de recolectar información acerca del conocimiento de los habitantes del municipio de Montelíbano Córdoba sobre el canal comunitario Telemontelíbano. Su participación será anónima y confidencial; realizar la encuesta le tomara menos de diez minutos. Muchas gracias de antemano por su participación.

1.

Edad	F	%
15 - 18	26	32,50%
19 - 22	14	17,50%
23 -26	17	21,25%
27 - 30	9	11,25%
31-34	6	7,50%
35-38	8	10%



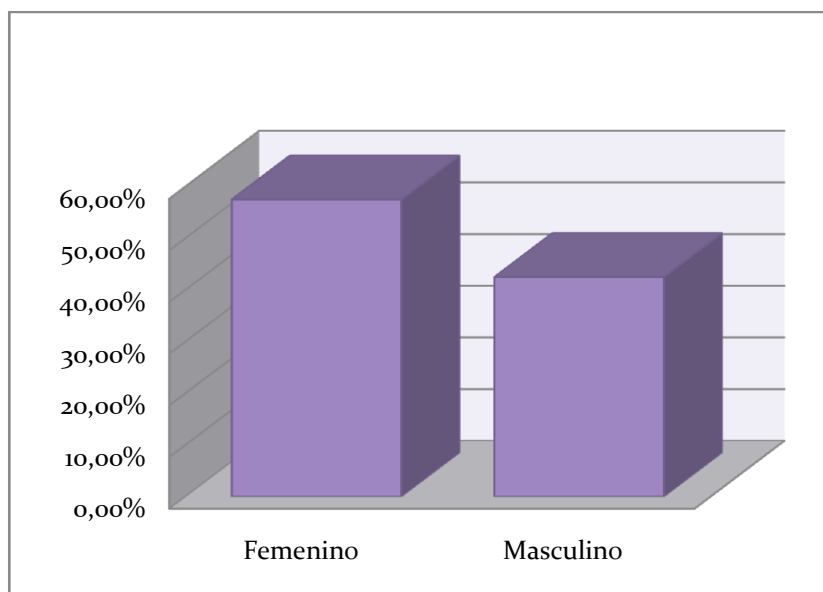
Encuesta. Aplicada a 80 personas en el Municipio de Montelíbano.

Análisis:

Del 100% de la población encuestada el 32,50% estaban entre los 15 y 18 años de edad,

2. Sexo:

Sexo	F	%
Femenino	46	57,50%
Masculino	34	42,50%



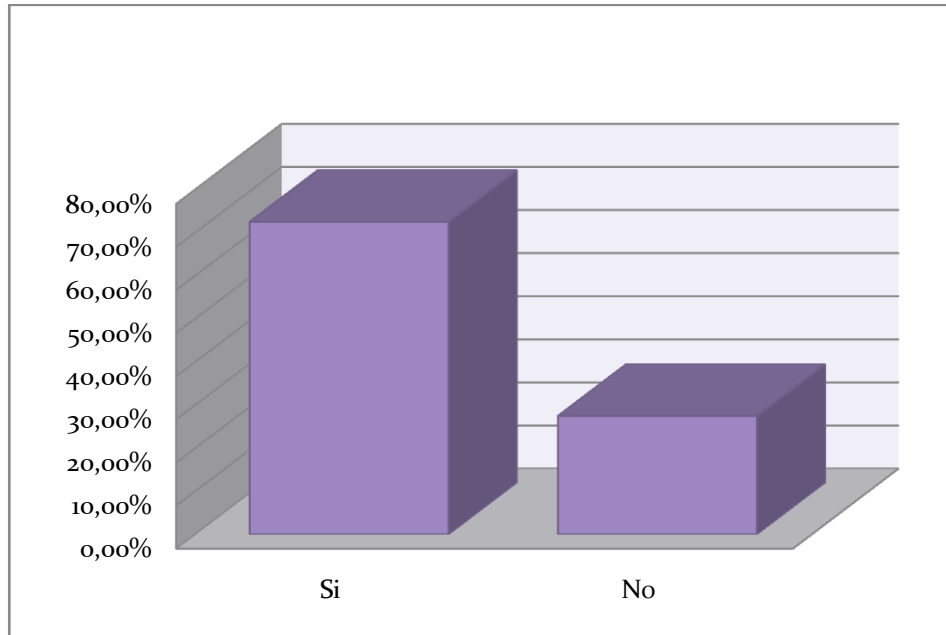
Encuesta. Aplicada a 80 personas en el Municipio de Montelíbano

Análisis

El 57,50% de la población encuesta es femenina y el 42,50% restante son del género masculino.

3. Es Usted, asociado (a) al Canal Comunitario Telemontelíbano?

	F	%
Si	58	72,50%
No	22	27,50%



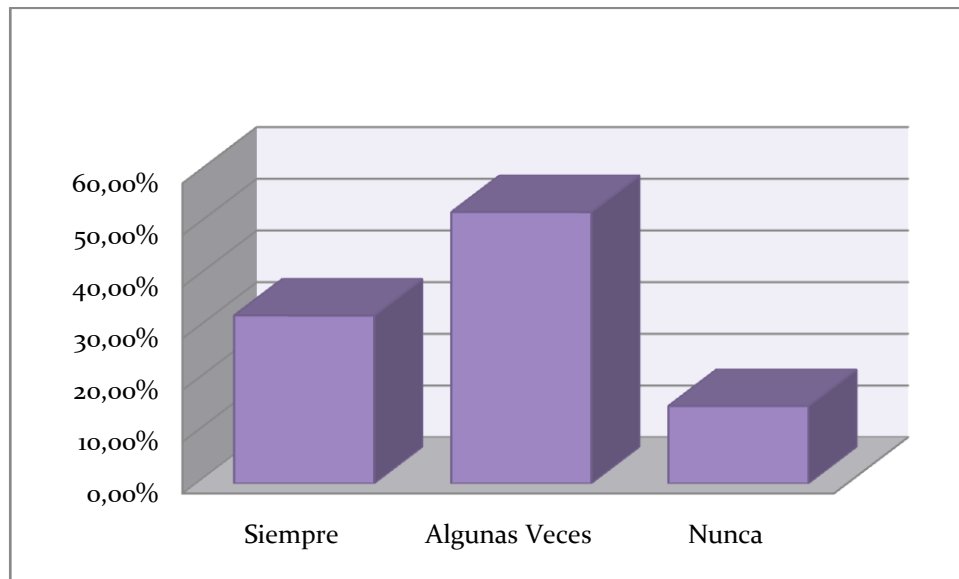
Encuesta. Aplicada a 80 personas en el Municipio de Montelíbano

Análisis

De la totalidad de la población encuestada el 72,50% de la población son asociados al Canal de Televisión comunitaria y solo el 27,50% no opera con este cable.

4. ¿Ve usted la programación del canal comunitario Telemontelíbano?

	F	%
Siempre	26	32,50%
Algunas Veces	42	52,50%
Nunca	12	15%



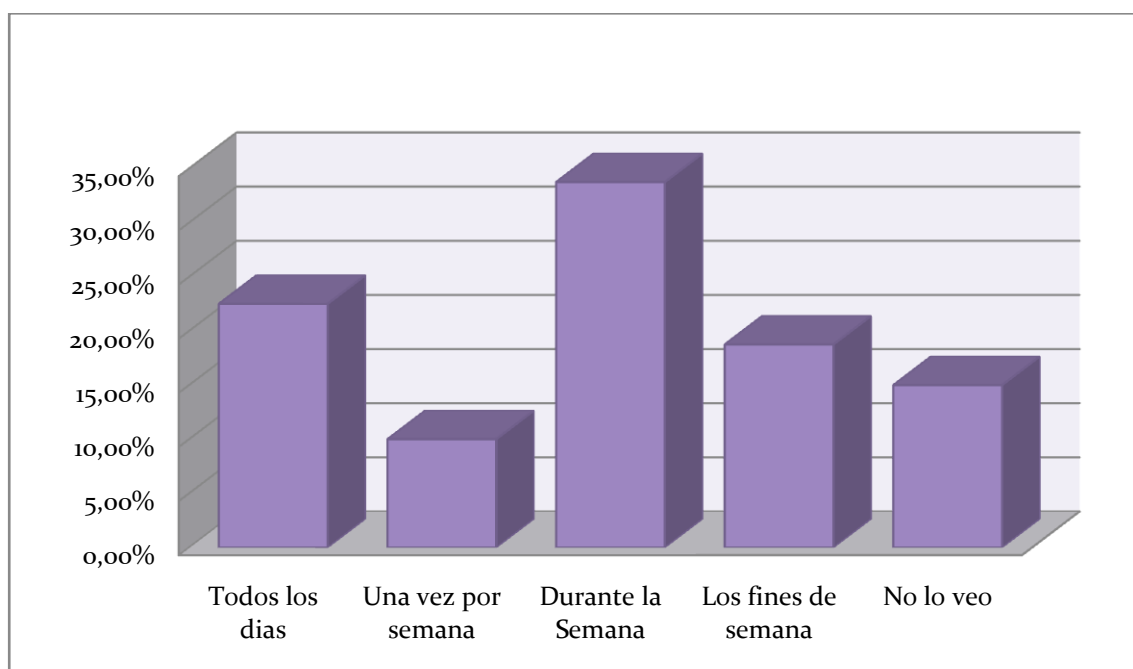
Encuesta. Aplicada a 80 personas en el Municipio de Montelíbano

Análisis

El 52,50% de la población solo ve la programación del canal Comunitario Telemontelíbano algunas veces. El 32,50% lo ve siempre y solo un 15% nunca ve la programación que ofrece el canal.

5. ¿Con qué frecuencia ve la programación del canal?

	F	%
Todos los días	18	22,50%
Una vez por semana	8	10%
Durante la Semana	27	33,75%
Los fines de semana	15	18,75%
No lo veo	12	15%



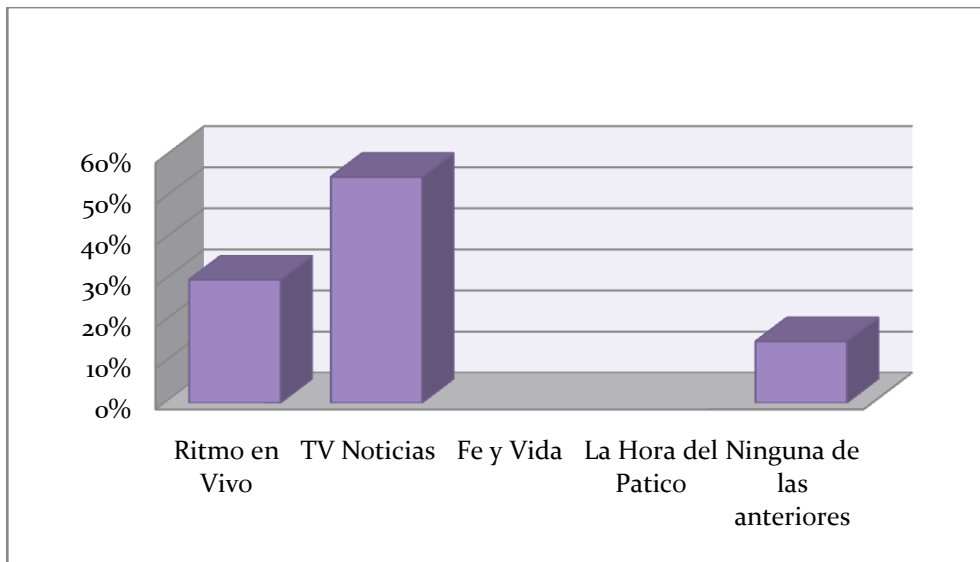
Encuesta. Aplicada a 80 personas en el Municipio de Montelíbano

Análisis

La programación del Canal comunitario es vista con mayor frecuencia durante la semana con un porcentaje del 33,7% de la población encuestada, y el 10% de la población observa la programación solo una vez por semana.

6. ¿Cuál de los programas de producción propia del Canal Telemontelíbano ve con mayor frecuencia?

Programas	F	%
Ritmo en Vivo	24	30%
TV Noticias	44	55%
Fe y Vida	0	
La Hora del Patico	0	
Ninguna de las anteriores	12	15%



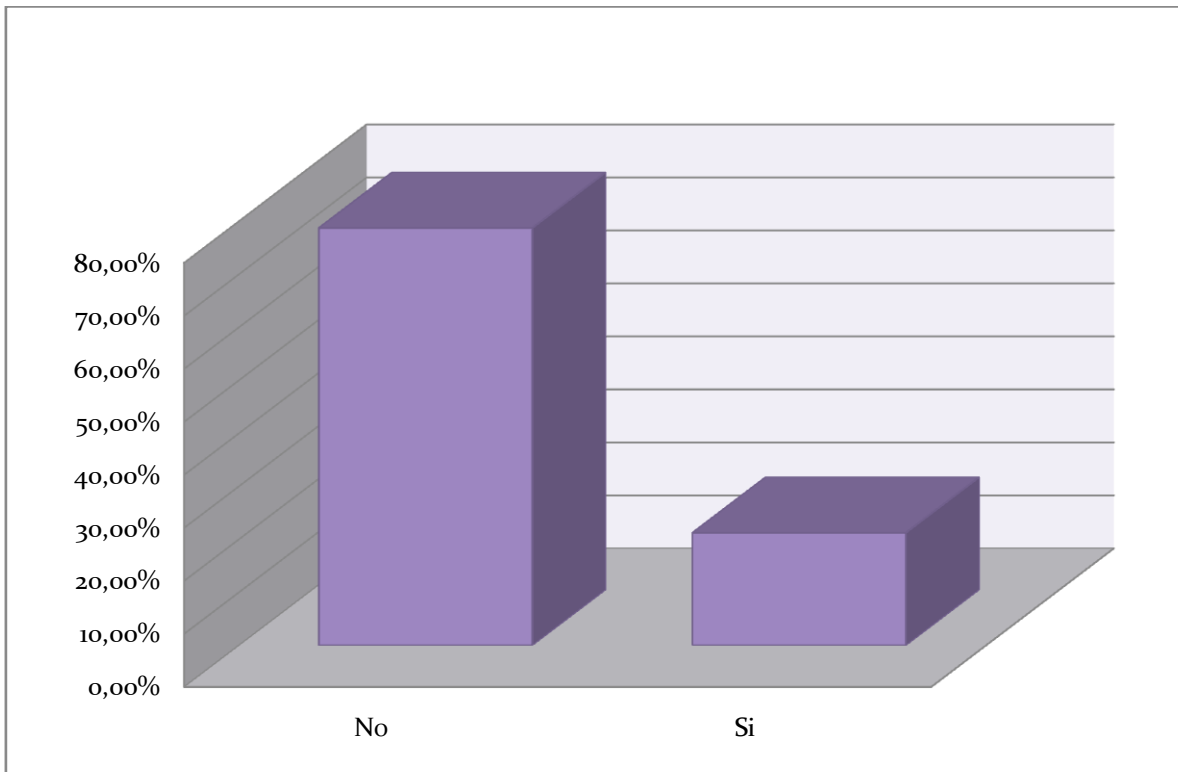
Encuesta. Aplicada a 80 personas en el Municipio de Montelíbano

Análisis

De los cuatro programas de producción audiovisual propia con lo que cuenta el Canal de Televisión Comunitaria Telemontelíbano, el más visto es TV Noticias con un 55% de la población encuestada. La población le interesa saber lo que acontece dentro del municipio.

7. ¿Sabe usted que es un canal Comunitario?

	F	%
No	63	78,75%
Si	17	21,25%



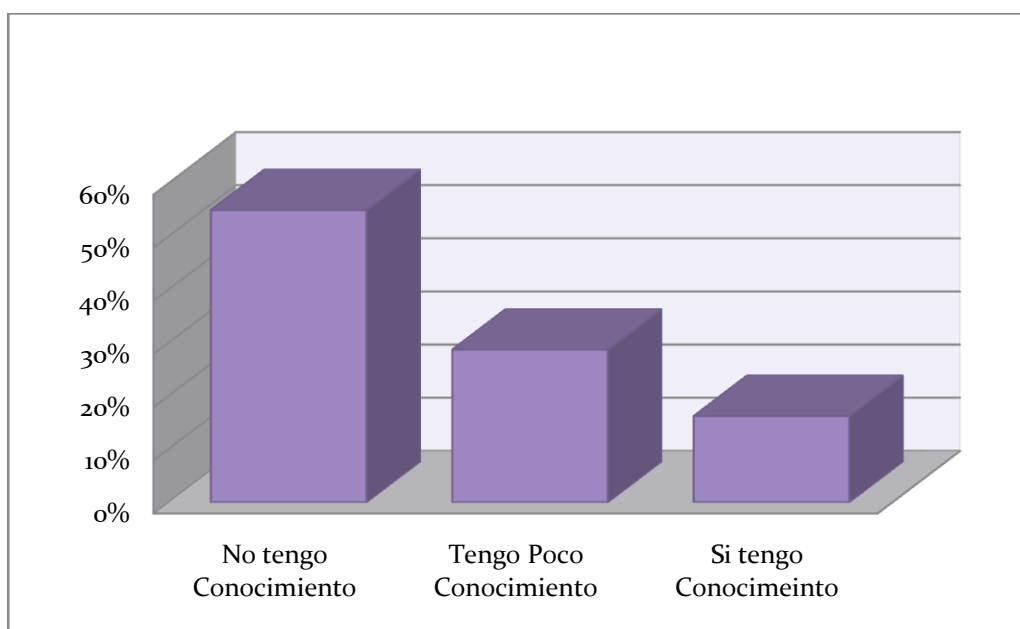
Encuesta. Aplicada a 80 personas en el Municipio de Montelíbano

Análisis

El 78,75% de la población sabe que es un Canal Comunitario, solo el 21,25% tiene conocimiento de lo que es un Canal Comunitario.

8. ¿Tiene conocimientos sobre producción audiovisual (las etapas de producción, grabación, edición)?

	F	%
No tengo Conocimiento	44	55%
Tengo Poco Conocimiento	23	28,75%
Si tengo Conocimiento	13	16,25%



Encuesta. Aplicada a 80 personas en el Municipio de Montelíbano

Análisis

Dentro de la población del municipio de Montelíbano, encontramos que el 55% no tienen conocimientos sobre producción audiovisual, y un 16,25% tienen conocimiento acerca de lo que es la producción.

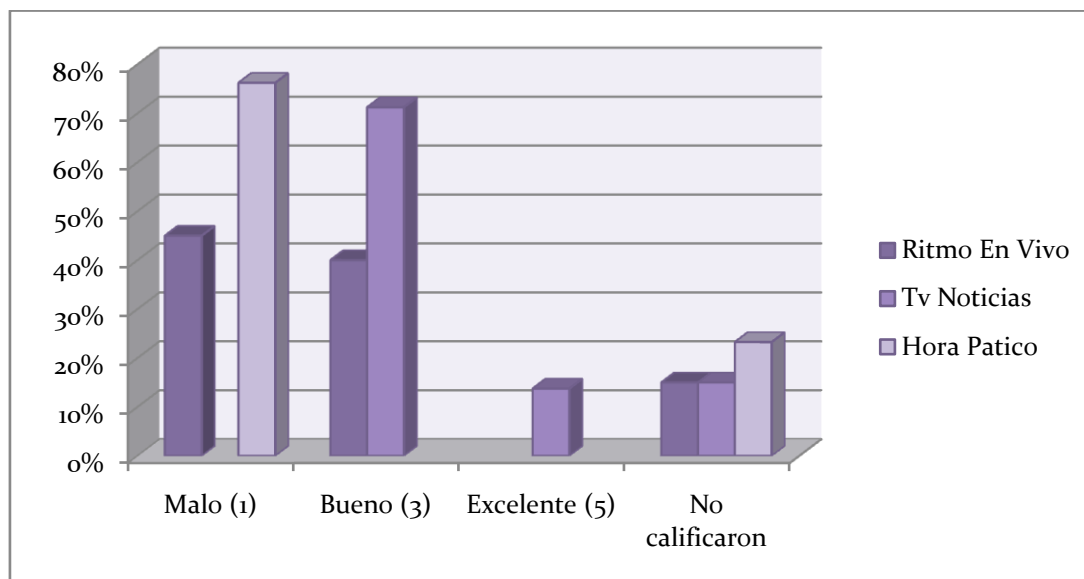
9. Siendo 1 (Malo) – 3 (Bueno) y 5 (Excelente) clasifique los programas de producción propia de Telemontelíbano.

Ritmo en Vivo	F	%
Malo (1)	36	45%
Bueno (3)	32	40%
Excelente (5)		
No califican	12	15%

Tv Noticias	F	%
Malo (1)		
Bueno (3)	57	71,25%
Excelente (5)	11	13,75%
No Calificaron	12	15%

La Hora del Patico	F	%
Malo (1)	61	76,25%
Bueno (3)		
Excelente (5)		
No Calificaron	19	23,25%

Fe y Vida	F
Malo (1)	
Bueno (3)	
Excelente (5)	



Encuesta. Aplicada a 80 personas en el Municipio de Montelíbano

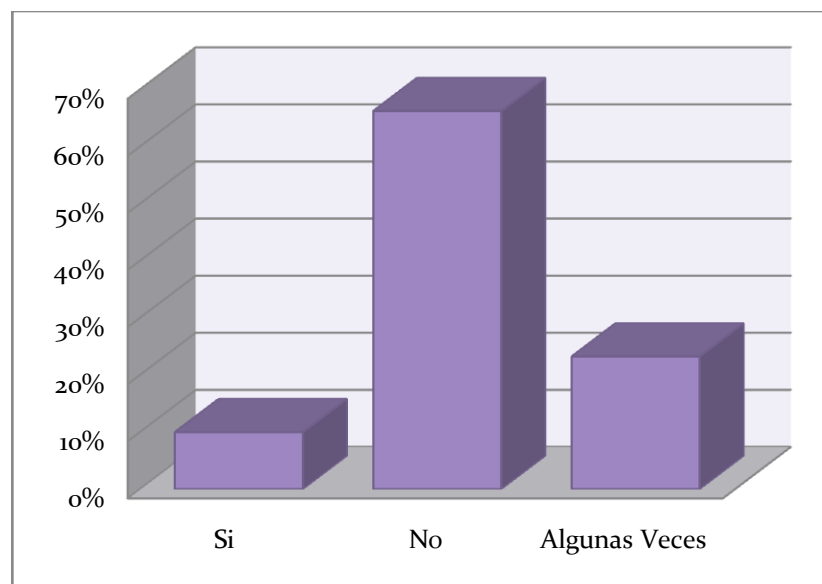
Análisis

De todos los programas de producción propia del Canal, Tv Noticias es uno de los mejores programas con el que cuenta Telemontelíbano con un 71,25% señalando que es un buen programa y un 13,75% considerándolo un excelente programa.

10. Participación Ciudadana - Comunitaria es la imprescindible intervención de todos los hombres y mujeres que quieran implicarse en los problemas que les afectan, aportando puntos de vista, inquietudes y soluciones. Constante contacto que busca proponer iniciativas que satisfagan necesidades; definir intereses y valores comunes; conocer responsabilidades como miembros de un municipio e influir en la toma de decisiones.

Teniendo en cuenta esta definición: ¿Cree usted que los programas de producción propia en el canal Telemontelíbano, propician la Participación Ciudadana?

	F	%
Si	8	10%
No	53	66,25%
Algunas Veces	19	23,25%



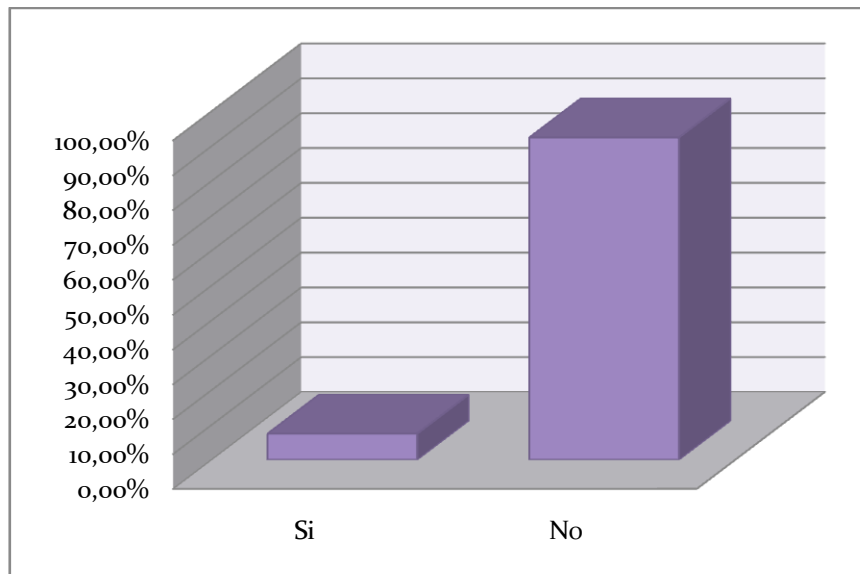
Encuesta. Aplicada a 80 personas en el Municipio de Montelíbano

Análisis

La población determina con un 66,25% que el Canal de Televisión Comunitaria Telemontelíbano, no propicia la participación ciudadana.

11. ¿Considera usted que los contenidos audiovisuales que se presentan en los programas de producción propia en el canal Telemontelíbano propician, aportan la identidad cultural de la región, a la educación entre otros?

	Cantidad de personas	
Si	6	7,50%
No	74	92,50%



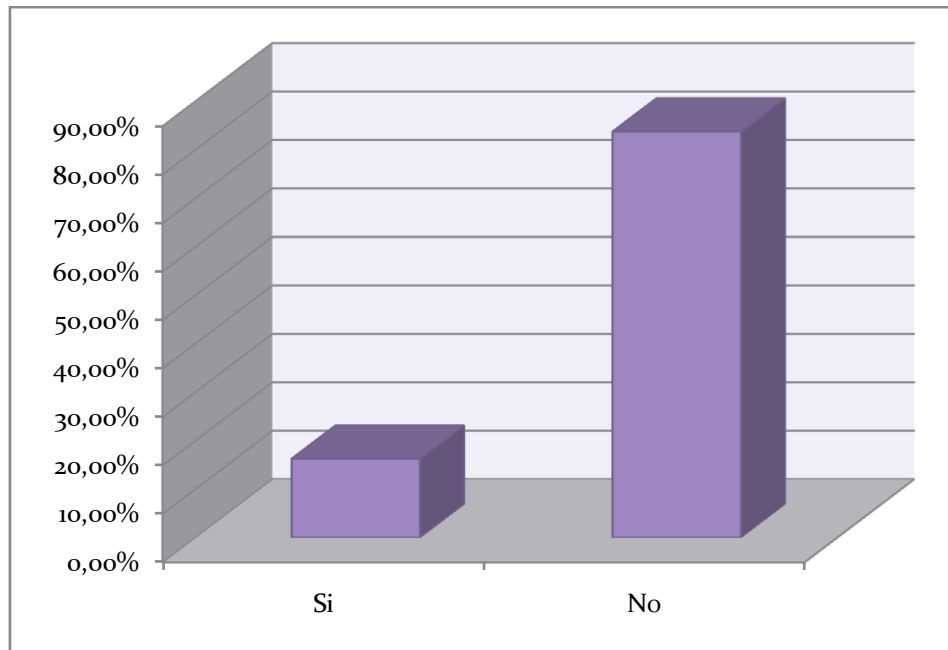
Encuesta. Aplicada a 80 personas en el Municipio de Montelíbano

Análisis:

Con un 92,50% la población determina que los contenidos que se presentan en los programas de producción propia del Canal Comunitario Telemontelíbano (La Hora del Patíco, Ritmo en Vivo, Fe y Vida) no aportan a la identidad cultural de la región, a la educación u otros aspectos comunitarios y sociales.

12. ¿Ha participado alguna vez en el canal de televisión Comunitaria Telemontelíbano?

	F	%
Si	13	16,25%
No	67	83,75%



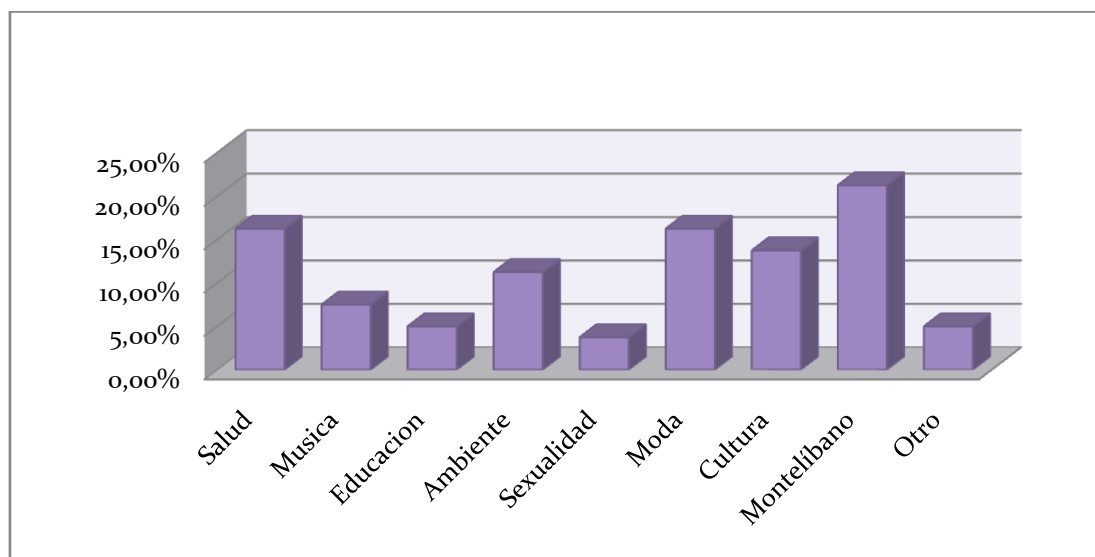
Encuesta. Aplicada a 80 personas en el Municipio de Montelíbano

Análisis

La participación de la población frente al canal comunitario es escasa, solo el 16,25% ha participado en el Canal Comunitario Telemontelíbano, el 83,75% no ha participado de ninguna manera en el Canal.

14. ¿Qué temas le gustaría ver en los programas del Canal Comunitario Telemontelíbano?.

Tema	F	%
Salud	13	16,25%
Música	6	7,50%
Educación	4	5%
Ambiente	9	11,25%
Sexualidad	3	3,75%
Moda	13	16,25%
Cultura	11	13,75%
Montelíbano	17	21,25%
Otro	4	5%



Encuesta. Aplicada a 80 personas en el Municipio de Montelíbano

Análisis

La población del municipio de Montelíbano opta por que los contenidos que producción propia del Canal Comunitario Telemontelíbano vayan encaminados hacia el Municipio con un 21,25%, siguiendo con temas como Salud, Moda con un 16,25%, Cultura con un 13,75%.

3. Guía de Talleres

METODOLOGIA

La metodología de estos talleres es totalmente dinámica, los participantes pueden aprender actuando a través de los talleres para que de esta manera pongan en práctica lo aprendido.

CONTENIDO

1° Día

Taller de Socialización y Bienvenida

Conocer a los jóvenes con quienes se trabajará, presentarse frente al grupo para que conozcan un poco sobre las investigadoras. De igual manera, exponer el proyecto, los objetivos, su finalidad y el horario de trabajo de los talleres.

Taller de Televisión Comunitaria

Dar a conocer conceptos básicos de la comisión nacional de televisión, propósitos y objetivos de la televisión comunitaria.

Presentación del Canal Telemontelíbano

Dar a conocer la Historia, misión, visión, objetivos y desarrollo de la Asociación de televisión comunitaria Telemontelíbano.

Taller de Comunicación

Dar a conocer conceptos básicos de comunicación, los procesos y los elementos que la componen.

Taller de Comunicación para el desarrollo

Dar a conocer conceptos básicos de comunicación para el desarrollo, participación, medios ciudadanos, cultura ciudadana y empoderamiento. Además formar agentes del desarrollo local, en la que la comunicación sea tenida en cuenta como elemento fundamental del desarrollo de la comunidad.

2°Día

Taller de Producción de Televisión

Identificar y conocer todas las fases de la producción y de la adecuada ejecución de éstas. Saber desarrollar una producción con una planificación adecuada, una formación de equipos idóneos, con el objetivo que los habitantes del municipio tenga criterios básicos frente a los contenidos audiovisuales de los programas que emite el canal comunitario Telemontelíbano.

Trabajo en Equipo - Producción

Se darán instrucciones para la elaboración de productos audiovisuales que permita poner en práctica los conocimientos adquiridos, se dividirán dos grandes grupos, cada uno elaborará dos propuestas diferentes puede ser cualquier género(Reportaje, Documental, Informativo, entre otros).

3° Día

Grabación y Edición

Este día se efectuara la grabación de cada una de las propuestas de los dos grupos.

4° Día

Presentación del Producto Audiovisual.

Este día un representante de cada uno de los grupos presentara el trabajo final del producto realizado.

DURACION, FECHAS, HORARIO Y LUGAR DE REALIZACIÓN

La duración de los talleres será de 4 días con un tiempo de 45 minutos cada uno y estará dirigido a un máximo de 80 personas. El lugar de realización de estos talleres será en el Centro de Recursos Educativos Municipales y en el Parque Ecológico Montelíbano.

ENCARGADAS – EXPOSITORAS

Cindy Tuirán Ricardo

Estudiante de Comunicación Social de la Universidad Tecnológica de Bolívar, trabajó como directora y productora del programa “La Zona” para el Canal Comunitario Tv Montelíbano; Además de realizar trabajos periodísticos para Tv Noticias. Actualmente trabaja para Track Audio Estudio empresa contratista de Cerro Matoso, desempeñando cargos de locución, redacción y montaje de noticias para el programa radial Amanecer 105, edición de videos institucionales entre otros.

Jessica Gomezcásseres Rangel

Estudiante de Comunicación Social de la Universidad Tecnológica de Bolívar, actualmente realiza sus prácticas profesionales en la Federación Colombiana de Triatlón en el área de Comunicaciones y Publicidad. Trabaja para el Canal Cartagena en un programa llamado El Magazine desempeñando cargos como periodista, elaboración de libretos y presentación del mismo.

HORARIO DE TRABAJO

PRIMER DIA

TALLER	DIA	HORA	EXPOSITORA(S)
Taller Socialización y Bienvenida	Jueves 5 de Mayo	07:00 a.m A 7:45 a.m	Cindy Tuirán y Jessica Gomezcásseres Rangel
Taller de Televisión Comunitaria		07:45 a.m A 08:30 a.m	Cindy Tuiran
Presentación del Canal Montelíbano		08:30 am A 09:15 a m	Cindy Tuirán
REFRIGERIO		09:15 a.m 9:30	
Taller de Comunicación		9:30 A 10:15Pm	Cindy Tuirán y Jessica Gomezcásseres Rangel
Taller de Comunicación para el Desarrollo		10:15 A 12:00 am	Cindy Tuirán y Jessica Gomezcásseres Rangel

SEGUNDO DIA

TALLER	DIA	HORA	EXPOSITORAS
Taller de Producción y Televisión	Viernes 6 de Mayo	07:00 a.m A 09.00 a.m	Cindy Tuirán y Jessica Gomezcásseres Rangel
Trabajo en Equipo y Refrigerio		09.00 A 12:00 am	Cindy Tuirán y Jessica Gomezcásseres Rangel

DIA TRES

TALLER	DIA	HORA	EXPOSITORAS
Trabajo en Equipo Grabación G1	Sábado 7 de Mayo	07:00 a.m A 10.00 a.m	Cindy Tuirán y Jessica Gomezcásseres Rangel
Trabajo en Equipo Grabación G2		09.30 A 12:30 P.M	Cindy Tuirán y Jessica Gomezcásseres Rangel
Edición G1		11:00	
Edición G2		01:00 PM	

DIA CUATRO

TALLER	DIA	HORA	EXPOSITORAS
Presentación de Trabajos	Domingo 8 de Mayo	08:00 a.m A 10.00 a.m	Cindy Tuirán y Jessica Gomezcásseres Rangel

TALLER DE TELEVISIÓN COMUNITARIA

Servicio de televisión operado y prestado por las comunidades organizadas sin ánimo de lucro, para auto servirse de la televisión nacional e internacional y de la producción propia desarrollada por dichos canales.

Por razón de su restricción territorial y por prestarse sin ánimo de lucro, con base en los principio de economía solidaria y propiedad colectiva, este servicio no se puede confundir con el de televisión por suscripción.

Los contenidos audiovisuales de su programación no se orientan por el interés comercial, sino, principalmente, por la satisfacción de necesidades educativas, culturales y recreativas, con énfasis en contenidos sociales y comunitarios.

Ámbito de cubrimiento

Podrán cubrir un área geográfica continua en un municipio o distrito determinada por urbanizaciones, condominios, conjuntos residenciales, barrios o asociación de barrios y ámbitos rurales aledaños a los cuales la señal deberá llegar necesariamente por cable, es decir, en forma cerrada. En todo caso, el área geográfica cubierta por el operador de televisión comunitaria, no podrá ser superior de seis mil (6.000) asociados.

Acceso

Licencia otorgada por la CNTV, con base en la evaluación técnica de las instalaciones ofrecidas por la comunidad para prestar el servicio y la verificación de que efectivamente se trata de una comunidad organizada (artículo 8° del Acuerdo 006 de 1999).

Tal como lo mencionamos en los pormenores de las Estaciones locales sin Animo de Lucro, las “comunidades organizadas” son asociaciones de derecho integradas

por personas naturales residentes en un mismo municipio distrito o parte de ellos, en la cual sus miembros estén unidos por lazos comprobados de vecindad o colaboración mutua, con el propósito de alcanzar fines cívicos, solidarios, académicos, ecológicos, educativos, recreativos, culturales institucionales. Ningún concesionario de televisión comunitaria podrá ser titular de más de una licencia en este nivel, ni participar de la composición de más de una comunidad organizada para operar el servicio. Así mismo, las personas naturales integrantes de una comunidad titular de una licencia, no podrán formar parte de otra comunidad titular de licencia.

Objetivos y ventajas de la televisión Comunitaria

- Procura beneficios a favor de temas como la agricultura, la industria, el comercio y otros, que permiten mejorar el desarrollo de cada región.
- Defiende los valores autóctonos de las regiones, como sus culturas, sus manifestaciones artísticas, su identidad entre otros.
- Procura el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad.
- Divulga la vida de los residentes en la región respectiva.
- Busca el bienestar de las comunidades.
- Destaca la importancia de lo local, de lo regional, de lo propio.

PRESENTACIÓN DEL CANAL COMUNITARIO “TV MONTELÍBANO”

El proyecto de Televisión comunitario nace como iniciativa del Sindicato de Trabajadores de la empresa Cerro Matoso “Sintracerrromatoso”, que busca llevar alternativas propias de televisión para resaltar los valores y la identidad regional, frente a la gran cantidad de señales y programas extranjeros con altos contenidos de violencia y con diversos modos de vida que influyen en la formación de la comunidad y sus costumbres.

De otro lado se persigue la integración de la comunidad y su participación activa en la producción de los programas y canales que se difundan.

También nace como un medio de comunicación local por el que se pretende difundir información regional de interés particular en el municipio, de manera tal que se pueda informar sobre acontecimientos importantes.

La Asociación se constituyó formalmente el día 14 de Octubre de 1999, mediante Asamblea General que contó con la participación de 521 personas que decidieron su formación y constitución formal para desarrollar los objetivos. Producto de la Asamblea se constituyó la Junta Directiva integrada por personas de la comunidad y miembros de “Sintracerrromatoso”

La Asociación Comunitaria Telemontelíbano proyecta la creación del Canal Comunitario Red Local Comunitaria, con el criterio de elevar el nivel de vida de los habitantes de la comunidad a la que pertenecen. Bajo ésta óptica se pretende contribuir a la defensa de la democracia, a la promoción de la participación de los miembros en la vida de la población, propender por el desarrollo de actividades de utilidad social, educativa, científica y cultural para los miembros de la comunidad, promoviendo la calidad de vida humana mediante el disfrute de los derechos fundamentales consagrados en la constitución y leyes con el fin de buscar la

convivencia pacífica, producir programas de televisión comercial o de interés público, entre otras.

Bajo este aspecto la Asociación Telemontelíbano mediante un plan estratégico proyecta la creación del canal comunitario, como el espacio mediante el cual se pretende difundir los aspectos culturales, recreativos e informativos de la comunidad integrante de Telemontelíbano.

Misión

Satisfacer las necesidades de información, formación y entretenimiento de nuestros asociados con una programación de calidad, talento humano calificado y tecnología de punta, buscando el mejoramiento continuo y actualización permanente para ofrecer un excelente servicio de televisión comunitaria que contribuya a la construcción de ciudadanos con una mejor calidad de vida.

Visión

Incrementar para el año 2015 nuestra cobertura y expansión a nivel urbano, posicionándonos como la principal opción en televisión comunitaria con tecnología de punta.

Programas

El canal comunitario Telemontelíbano cuenta con programas de producción propia, tales como: *Tv Noticias, Ritmo En Vivo, Fe y Vida y la Hora del Patico.*

TALLER DE COMUNICACIÓN

Comunicar hace referencia a la emisión-percepción de mensajes entre interlocutores en condiciones de reciprocidad total. Es el intercambio intencional y consciente de mensajes a través de un medio de comunicación, mediante la utilización de un código determinado.

“Comunicar es la acción recíproca de poner en común, de estar en común, de estar con otro. Se está en comunidad a partir de la comunicación. Comunicarse es inherente a toda estructura social y factor esencial de sociabilidad.”

Desde el punto de vista etimológico, el vocablo comunicación viene del término griego “Koinoonía”, que significa a la vez comunicación y comunidad. De aquí la estrecha relación que se ha establecido siempre entre “Comunicarse” y “estar en comunidad”. Es decir, se está en comunidad porque se pone algo en común a través de la comunicación. La comunicación no es pues un simple agregado de la convivencia, sino un hecho realmente esencial, intrínseca a la esencia misma del hombre animal social y, por lo tanto, no se le puede reducir a un discurso sobre la comprensión de los medios.

Podemos pues adelantar una aproximación a la definición de la comunicación desde la perspectiva de los diferentes contextos en los cuales ocurre la comunicación, esta se puede clasificar así:

- **Comunicación Interpersonal:** aquella en la cual una persona o grupo interactúan con otra persona sin la ayuda de ningún dispositivo mecánico. Ejemplo: hablar con un compañero, participar durante una clase, conversar con el profesor.
- **Comunicación interpersonal asistida por máquina:** combina características de la comunicación interpersonal y de la masiva, o sea que aquí se comunican una o más personas por medio de uno o más aparatos mecánicos con uno o

varios perceptores, pero en este caso el emisor y el receptor están separados por el tiempo y el espacio. Ejemplo: correo electrónico, redes sociales, chats.

- **La comunicación masiva:** esta se refiere al proceso por el cual una organización compleja produce y transmite mensajes públicos, con la ayuda de uno o más instrumentos que se dirigen a una colectividad heterogénea y dispersa. Es la que se produce a través de los llamados “medios masivos”, prensa, radio, televisión y cine.

Elementos del proceso de comunicación

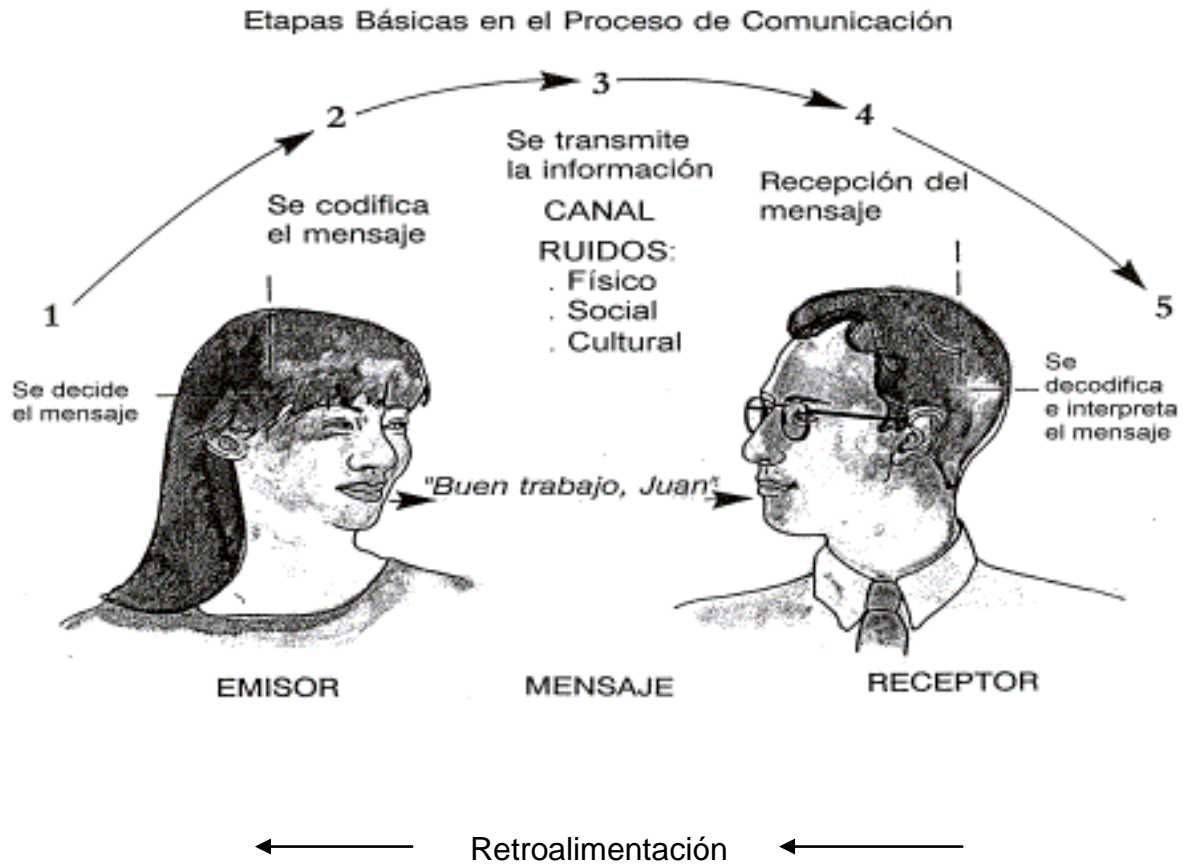
Siempre que hablamos de manifestaciones, expresiones o comunicaciones humanas, partiremos del reino de la necesidad. El hombre por vivir en comunidad y para vivir en ella, necesita establecer nexos, vínculos con sus semejantes. Compartir experiencias, inquietudes, transmitir informaciones, alertar peligros, realizar intercambios, solicitar favores...

Para un acercamiento esquemático a la comunicación veamos cuáles son esos elementos:

- **Emisor:** Es aquella persona o entidad que ejerce, de manera voluntaria, intencional y consciente, la producción, la codificación y envío del mensaje. Es quien selecciona los códigos a través de los cuales expresa sus sentimientos enunciándolos verbalmente, por escrito, en imágenes, sonidos, etc. Es quien codifica el mensaje para que este sea comunicable. El emisor deberá estructurar el mensaje mediante un código o sistema de signos compartidos con el receptor, para que este capte y comprenda el mensaje.
- **Receptor:** Aquella persona o entidad que ejerce, de manera consciente, intencional y voluntaria, la decodificación del mensaje. Es el destinatario del mensaje. Recibe e interpreta el código y su mensaje.

- **Mensaje:** Idea, concepto, significado, información o sentimiento que se transmite a través de un medio de comunicación.
- **Código:** Sistema de significación de común a miembros de una misma cultura. Conjunto convencional de normas que permiten el funcionamiento de su sistema de comunicación.
- **Codificación:** Elaboración de un mensaje mediante la utilización de los signos y las normas de un código determinado.
- **Canal:** Es el recurso físico (natural o artificial), eléctrico, magnético, análogo, digital, electrónico, etc., por medio del cual se transmite un mensaje convertido en señal. Ciertos autores encuentran equivalencia entre canal y medio.
- **Interferencias:** son aquellas perturbaciones o ruidos que limitan o impiden el proceso de la comunicación. Puede ser: **técnicas** cuando corresponden a problemas en los canales; **semánticas** cuando existe distorsión de significado y dependen de la codificación, decodificación e interpretación de los mensajes, y **físico/psicológicas** cuando proviene de limitaciones físicas o alteraciones mentales ya sea en el emisor o en el perceptor.
- **Decodificación:** traducción o interpretación del código o el significado en el cual está elaborado el mensaje.
- **Retroalimentación:** llamado también *feedback*, es la relación o respuesta del perceptor hacia el emisor.

Grafica del Proceso de Comunicación



TALLER DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO

Desde la segunda mitad del siglo XX, el tema de la comunicación para el desarrollo ha estado en las discusiones teóricas y en los planes de desarrollo de organismos nacionales e internacionales. Aunque la concepción del tema ha cambiado, pues también evoluciona de acuerdo con los aspectos sociales y políticos, consideramos que, actualmente, el contexto de la comunicación está siendo más utilizado para informar, integrar y ejercer ciudadanía. Ciudadanía entendida en la perspectiva de la participación de la gente en los procesos de decisión y de cambios producidos a partir de su actuación.

De esta manera, los diversos problemas que afectan a la humanidad, como el hambre, la falta de información, el desempleo, la poca disponibilidad de acceso a las nuevas tecnologías, entre otras, son problemas globales / locales, donde se articulan soluciones para que estas situaciones puedan cambiar y favorecer el bienestar y la participación de la población. UNICEF y FAO, por ejemplo, son organismos que desarrollan proyectos destinados a una mayor colaboración al desarrollo de países que lo necesitan, practicando una comunicación más direccionada hacia el cambio de actitudes.

En el siglo XXI, se vienen descubriendo movimientos en busca de la solidaridad, de la cooperación y de la cohesión social, expresados desde la sociedad del conocimiento. Las empresas y organizaciones sociales tienen la posibilidad de construir estrategias de desarrollo no solo en comunidades, también se debe utilizar la comunicación para desarrollar naciones (Sosale. S. 2002, p. 6). La comunicación, utilizada de forma transparente a través de los aspectos económicos, políticos, sociales y culturales, puede proporcionar cambios en la mentalidad de las personas. Las nuevas tecnologías, en este proceso, también son instrumentos utilizados para una comunicación más efectiva, pudiendo también contribuir para el desarrollo socio-cultural. Sin embargo, el individuo debe ser consciente de las transformaciones que ocurren en su sistema social, no solo

en relación con la importancia de los cambios, sino con su utilización para la mejoría de su calidad de vida.

Los países del Tercer Mundo, serán los objetivos fundamentales de los planes de desarrollo que se comienzan a elaborar desde las organizaciones internacionales como la ONU, el Banco Mundial, UNICEF, UNESCO, PNUD, FAO etc., donde la herramienta clave eran los medios de comunicación.

TALLER DE PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN

La producción televisiva se encarga de llevar a cabo todas las etapas de realización por las que pasa cualquier programa; especialmente el cine y la televisión; independientemente del soporte utilizado (film, vídeo, vídeo digital) y del género (ficción, documental, publicidad, etc.)

En toda producción, es fundamental elaborar un plan de trabajo. Dentro de esta planificación, es necesario delimitar claramente: **Qué se grabará, quién estará presente en la grabación, dónde tendrá lugar, cuándo se hará y cómo se realizará.** A pesar de la rígida estructura de la que consta la planificación, la producción no es un proceso en el que la creatividad y la expresividad estén ausentes.

Lo primero que debe tener en cuenta un realizador antes de aventurarse en una producción es responder a las siguientes preguntas:

1. ¿Tipo de proyecto? Ejemplo: documental, cortometraje, reportaje.
2. ¿Duración y Categoría? Ejemplo: cortometraje de animación duración 10 min.
3. ¿Público meta? Ejemplo: niños, jóvenes, adultos.
4. ¿Recursos? Ejemplo: técnicos, económicos, humanos, entre otros.
5. Una vez respondidas estas preguntas, puede pasarse a la realización del proyecto.

Etapas del proceso de producción

Existen tres etapas básicas en toda producción: Preproducción, Producción y Postproducción.

- **Preproducción:** Etapa previa a la realización, es la parte de la producción más importante. El material audiovisual se hace sobre el escritorio; se preparan presupuestos, se ven cotizaciones, se realizan contactos tanto de técnicos como de talentos, se estudian tiempos y movimientos, se visitan las locaciones, se consideran comidas, viáticos y transporte. Es mejor improvisar en el papel que durante la grabación. Así una buena preproducción asegura el 50 por ciento del éxito del programa, es de ahí la importancia de un buen estudio del guion.
- **Producción:** Es la realización del programa en sí, la grabación ya sea en estudio o en exteriores, lo cual implica haber llevado a cabo toda la preproducción.
- **Postproducción:** Es decisiva, pues implica cómo va a quedar conformado finalmente el programa. Es la edición, la inclusión de efectos especiales, musicalización, etc. Depende de esta etapa que el programa sea bueno o malo. Podemos tener una excelente preproducción y una buena producción, pero si la postproducción no es bien manejada, no tendrá ningún caso haber tenido éxito en las etapas anteriores.

Miembros del equipo

En cada etapa de la producción el personal tiene a su cargo funciones específicas de tal manera que la producción fluya de una manera armónica. Cada producción es diferente, por tanto requiere de distinto personal. A manera de ejemplo se enlistan algunos cargos que encontramos dentro de una producción:

- **Productor:** Es quien acompaña el proyecto desde la idea hasta el final de todo el proceso, además de ser el dueño de ésta, es decir, quien tiene los derechos de explotación de la obra y de todo su contenido. También hace un estimado de las retribuciones para poder calcular cuándo debe costar de manera que no haya pérdidas.

Selecciona al director que realizará el proyecto y a los actores principales.

- **Productor ejecutivo:** Es quien se ocupa de cómo, dónde, en qué tiempo se consigue el dinero, cómo se debe gastar y cómo lo va a devolver. Busca la financiación, es decir, los fondos provenientes de instituciones de fomento, empresas privadas y compañías, dinero en especie como podrían ser servicios o material de trabajo. Asegura que la película se termine, que no se gaste más de lo presupuestado y la recuperación de la inversión en un porcentaje. Confecciona un presupuesto base y presupuesta los costos. En ocasiones, una sola persona cumple el papel del productor y del productor ejecutivo.
- **Director:** Su trabajo consiste en elegir al equipo artístico, proponer gente del equipo técnico, hacer los ensayos con los actores y la puesta en escena, así como la supervisión del montaje. Durante la fase de preparación ayuda a hacer el desglose de guión, en la planificación del proyecto puede tener un **ayudante de dirección** quien hará el trabajo de supervisión dejando al director más tiempo para concentrarse en los elementos artísticos del film sin tener que preocuparse por los aspectos técnicos. Decide el estilo fotográfico y sonoro. Trabaja con todos, dando instrucciones de cómo quiere que se lleve a cabo la película y es él quien toma las decisiones creativas finales.
- **Director de casting:** En algunas ocasiones es una persona y en otras se trata de una agencia, a la cual se le contrata por el servicio de la búsqueda de

actores, figurantes y extras. Su trabajo es exclusivamente la búsqueda de los personajes dando diferentes opciones al director, quien tomará la decisión final.

- **Escenógrafo:** Diseña y dirige las construcciones de los decorados ayudado por un equipo de construcción. Va por delante del rodaje preparando las siguientes localizaciones.
- **Utilero:** Se encarga del manejo de la utilería, es decir, de todos aquellos objetos de decoración que serán utilizados por los personajes. Durante el rodaje se encuentra permanentemente en el set.
- **Camarógrafo:** Es la persona que maneja la cámara. Trabaja bajo la supervisión del **director de fotografía**, organizando estéticamente el encuadre según la decoración, prepara los travelling y movimientos de cámara con el maquinista.

El guión

En un guión se describen brevemente los espacios donde transcurre la acción, por lo que se pueden imaginar de maneras muy diversas. En él se deben reflejar todos y cada uno de los elementos que aparecerán en la película y los elementos técnicos para llevarla a cabo.

Escaleta

La escaleta es la estructura del guión; donde se enlistan cada una de las escenas con una breve descripción ordenada de los sucesos y de los personajes que participan en ellos.

Orden	Locutor	Noticia	Lin / VTR	Cámaras, Gráficos y Audio	Redactor	Origen
1		Cabecera				Disco
2	Javier	Presenta..		C 1		
3	Javier	Sumario		C 1	Javier	Disco
4		Tráfico	VTR 1		Javier	
5		Gil	VTR 3		Javier	
6		Pinochet	VTR 5		Javier	
7		Tiempo		Gráfico	Javier	
8		Fin Sumario				Disco
9	Off	Tráfico colas	VTR 1		Lucas	
10	Off	Gil	VTR 3		María	
11	Off	Melilla	VTR 6		María	
12	Off	Financiación	VTR 7		Lucas	
13	Off	Previsiones	VTR 8		Lucas	
14		Ráfaga				Disco
15	Off	Pinochet colas	VTR 5		Lucas	
16	Off	Kosovo colas	VTR 9		Lucas	
17		Ráfaga				Disco
18	Off	Bill Gates	VTR 11		María	
19	Off	Iglesias	VTR 12		María	
20		Ráfaga				Disco
21	Off	Fútbol	VTR 13		Chema	
22		Ráfaga				Disco
23	Lola	Tiempo largo		Gráficos / C 2	Lola	
24		Ráfaga				Disco
25		Sumario	VTR 15		Javier	Disco
26	Javier	Despedida		C 1	Javier	

Guión literario

El guión literario es prácticamente la fase final del guión. Hay que tomar en cuenta que no es simplemente una historia, sino que debe de crear situaciones y contener la descripción de diferentes factores, como son el espacio de tiempo en que suceden las acciones, el carácter de los personajes, la atmósfera, los lugares en donde transcurrirá y todos los detalles que componen la historia. Debe dar una idea concreta de los sucesos y en orden cronológico, y causar el mismo interés en su lectura que una novela, para lo que es preciso ser concreto, explícito, descriptivo y ameno.

El guión literario se divide en secuencias y en escenas numeradas, se especifica si es exterior o interior, día o noche y se añade el escenario (localización), sin incluir las especificaciones técnicas de rodaje. Tiene los diálogos de los personajes así como las narraciones en off.

La presentación de un guión suele ser estándar: se escribe con letra Courier, a 12 puntos, espaciada, con 24 líneas y con los diálogos centrados. Una hoja con estas características suele representar un minuto de la película en pantalla, es decir, una vez filmada y editada.

El guión literario constituye el instrumento de trabajo de todo el equipo de Rodaje, tanto técnicos como actores.

Ejemplo:

Número de página → 2.

DIANE
Yo, Rufo, creo que... te quiero.
Rufo se acerca, la mira emotivamente y la besa.

RUFO
Cariño...

Transición
↓
FUNDE A:

EXT. TERRAZA CASA DE RUFO - DÍA ← Encabezado de Escena

Diane, sentada en la terraza y vistiendo únicamente una
camisa de Rufo, mira soñadora el paisaje urbano.

RUFO (OFF) ← Voz
¡Cariño?! ¡El desayuno!

Diane se vuelve. Entra Rufo en la terraza, descalzo, en
vagueros y sin camiseta, y con una bandeja con los desayunos.

RUFO (CONT'D)
Los zumos, los cafés, las
tostadas... y las servilletas.

Diane mira su servilleta de papel, en la que hay escrito:
"¿TE QUIERES CASAR CONMIGO?"

DIANE ← Personaje
(impactada)
¿Estás en serio?

RUFO
(normal, como si nada)
Muy en serio.

Emocionada, Diane se levanta, le besa y se sienta sobre él.

DIANE
(casi llorando)
Me encantaría decirte que sí, pero
todavía... no puedo. Yo, yo...

RUFO
¡Shhh! Si te hace sufrir, no lo
digas. ← sin justificar

DIANE
Estuve a punto de casarme. Pero el
día de la boda, el hijo de puta me
traicionó con mi mejor amiga. Ya
está, por fin te lo he contado.
← 34 caracteres como máximo →

Diagram annotations:

- Número de página → 2.
- Encabezado de Escena
- Transición
- Voz
- Personaje
- Descripción
- Acotación (o Paréntesis)
- sin justificar
- Diálogo

Guion Técnico

Contrariamente a lo que su nombre implica, un guion técnico no es una versión técnica del guion literario; se trata de un documento de producción que contiene la información necesaria para ejecutar cada uno de los planos que la obra audiovisual requiere.

El guión técnico debe contener el troceo por secuencias y planos. En él se ajusta la puesta en escena, incorporando la planificación e indicaciones técnicas precisas: encuadre, posición de cámara, decoración, sonido, play-back, efectos especiales, iluminación, etcétera.[cita requerida]

En resumen, el guion técnico ofrece todas las indicaciones necesarias para poder realizar el proyecto. Al guion técnico le sigue un bloque que contiene la descripción de la acción, de los actores, sus diálogos, efectos, músicas, ambiente y las características para la toma de sonido: sincrónico, referencia, muda o play-back.

GUIÓN TÉCNICO

Escena	Plano	Encuadre	Movimiento/ dirección	Acción	Texto	Sonido
1	1	Plano Detalle	-	Manos entreverando las cartas y comenzando a repartir.	-	
1	2	Plano General	P. Zenital	Persona repartiendo y los demás juntando las cartas.	-	
1	3	Plano Medio	Contrapicado	Persona mirando sus cartas.	-	
1	4	Plano Detalle	Punto de vista subjetivo	Cartas con el juego perfecto.	-	

Plan de Producción

Es preciso organizar los tiempos de preparación y ejecución de todos los elementos involucrados en una película. Cada trabajo conlleva un tiempo diferente para su realización y debe ser marcado en un calendario para evitar que se interfieran. De esta manera podemos calcular el tiempo que nos tomará hacer la producción desde su fase de proyecto hasta la obtención de la copia final.

Este diagrama de tiempos puede ser muy minucioso o bastante general en dependencia del uso que se le vaya a dar.

Ejemplo:

Personas	Hora	Escena	Lugar
Grupo Gissell	9:00am – 9:45 am	Escena # 3	Tienda Ketty Tinoco
Grupo Jackson	9:00am – 9:45am	Adecuando el lugar	Plaza Santo Domingo
Grupo Gissell	9:45am – 10:30am	Escena #2	Plaza Santo Domingo
Grupo Jackson	9:45am – 10:00am	Desplazamiento	Plaza Santo Domingo
	10:00am – 10:15 am	SNACK # 1	
	10:15am – 10:30am	desplazamiento	Casa San diego
	10:30am -11:00am	Adecuando el lugar	Habitaciones Casa San Diego
Grupo Gissell	10:30am – 10:45am	Desplazamiento – SNACK # 1	Plaza Santo Domingo
	10:45am – 11:00am	Desplazamiento	Calle Tumba muerto
	11:00am – 11:30am	Escena # 1	Calle Tumba muerto
	11:30am -12:15am	Escena # 1	Habitaciones Casa San Diego
	12:15am – 1:30m	Escena # 7	Habitaciones Casa San Diego
	1:30am – 2:00pm	Escena # 5	Habitaciones Casa San Diego
Grupo Jackson	11:00am – 11:45am	Desplazamiento a	Plaza Santo Domingo
	11:45am – 12:45 am	ALMUERZO	
	1:00pm – 1:45 pm	desplazamiento	Casa de la cerveza
	1:45pm – 3:30pm	Adecuando el lugar Orientando a los extras	Casa de la cerveza

La cámara

Es un dispositivo que captura imágenes convirtiéndolas en señales eléctricas, en la mayoría de los casos a señal de vídeo, también conocida como señal de televisión. En otras palabras, una cámara de vídeo es un transductor óptico.

El sistema completo de una cámara de vídeo recibe el nombre de cadena de cámara y consta de la 'cabeza de cámara, que es la parte que está en el plató o en el lugar de la producción, y la estación base -o base station- que es la parte de la cámara que la une con el resto del sistema de producción.



- **Balance de blancos:** controla si la cámara está ajustada a la temperatura de color de la luz con la que estamos grabando, reajustándola en función de una carta blanca que se le muestra.
- **Velocidad de obturación:** ajusta la velocidad de apertura para evitar imágenes borrosas por movimientos rápidos o por falta de luz.
- **Control zoom:** +/- aumentos.
- **Ganancias:** Para grabar con poca iluminación. Puede producir ruido en la imagen.
- **Control grabación:** Rec, Pause, Standby.
- Controles del nivel de sonido: bajar o subir el nivel de audio en la grabación.
- **Rueda de filtros:** Localizada entre las lentes y el prisma. Iris (diafragma): Controla cuanta luz entra en las lentes.
- **Micrófono:** Para grabar el audio, normalmente puede sustituirse el micro de la cámara por otro (de corbata, de mano, de cordón, de larga distancia,...) adaptado a ella para que se grabe en la misma cinta y no perder la sincronización audio-vídeo.
- **Batería:** para alimentar a la cámara cuando no está enchufada a la corriente continua.
- **Fuente de alimentación:** Adaptador de corriente continua y bajo voltaje

Planos

En el lenguaje audiovisual, el plano es la perspectiva de los personajes, objetos y elementos de las imágenes tal como los capta el observador desde un lugar y un ángulo determinados. Mientras el punto de vista se mantiene fijo en un lugar y no varía el ángulo ni la distancia desde la que se contempla se habla de un mismo tamaño de plano.

En términos generales se reconocen los siguientes tipos de plano (todas las indicaciones son aproximadas y flexibles):

- **Plano panorámico:** muestra un gran escenario. El o los personajes no aparecen o quedan diluidos en el entorno. Tiene un valor descriptivo y puede adquirir un valor dramático cuando se pretende destacar la soledad o la pequeñez del hombre en comparación con el entorno.



- **Plano general:** muestra un escenario amplio en el cual se incorpora la persona, y ocupa entre una 1/3 y una 1/4 de la cámara. Tiene un valor descriptivo de personas o un ambiente determinado Tiene un valor descriptivo, narrativo o dramático.



- **Plano entero:** cuando los límites superior e inferior del cuadro casi coinciden con la cabeza y los pies. Apareció porque se requería un tipo de plano medio que capturase al sujeto con el fondo Tiene un valor narrativo y dramático.



- **Plano medio:** Presenta la figura humana cortada por la cintura. Tiene un valor expresivo y dramático, pero también narrativo.



- **Plano medio corto:** muestra la figura humana (busto) desde el pecho hasta la cabeza.



- **Primer plano (bigclose up):** va desde las clavículas hacia arriba.



- **Plano primerísimo:** se centra en un objeto (un bolígrafo, un despertador etc.)



- **Plano americano:** El Plano americano, o también denominado 3/4, o plano medio largo, recorta la figura por la rodilla aproximadamente. Es óptimo en el caso de encuadrar a dos o tres personas que están interactuando. Recibe el nombre de "americano" debido a que este plano apareció ante la necesidad de mostrar a los personajes junto con sus revólveres en los westerns americanos.



Actividades

1. Con el fin de saber un poco de las percepciones que tiene el grupo de participantes frente al Canal Comunitario Telemontelíbano después de realizar los dos primeros talleres correspondiente a: Televisión Comunitaria y Presentación del Canal Comunitario, se realizaron grupos donde debatirían las siguientes preguntas:
 - Cumple el Canal Comunitario Telemontelíbano con lo establecido por la Comisión Nacional de Televisión, frente a los contenidos de producción propia
 - El Canal Comunitario Telemontelíbano es generador de participación ciudadana
 - Exprese aspectos positivos y negativos del Canal Comunitario Telemontelíbano

2. Después de la realización los Taller de Comunicación y Comunicación para el Desarrollo, se realizó una lista de temas con las diferentes problemáticas que vive el municipio, luego se pidió que se organizaran en grupos pequeños. Cada grupo debería escoger uno de los temas planteados y realizar un dramatizado reflejando dicha problemática y una posible solución. Teniendo en cuenta que se presentaría en un espacio televisivo (noticiero, documental, reportaje, magazine).

3. Finalizado los talleres, se expondrían diferentes ideas y opiniones frente a los contenidos que quieren ver en los programas de producción propia del canal, teniendo en cuenta todos los conocimientos adquiridos en los talleres.

Se llevará a cabo la respectiva grabación de la propuesta con unos representantes del grupo de participantes de los talleres.

4. CONCLUSIONES

En Colombia se está dando un cambio de paradigma comunicacional donde radios populares, prensa barrial, y televisiones comunitarias comienzan a ser protagonistas de la historia, un ejercicio de poder donde la producción y gestión de los medios están en manos de las comunidades y organizaciones sociales. En este movimiento de medios comunitarios y alternativos, el fenómeno de la televisión comunitaria emerge como una experiencia representativa del proceso comunicacional.

La experiencia con Telemontelíbano y teniendo otros referentes no llevan a decir que: La televisión (canales comunitarios) como medio de comunicación es la estrategia pertinente para que los habitantes de Montelíbano especialmente los jóvenes generen cambios sociales a través de la participación comunitaria donde muestren su realidad con la creación de un producto audiovisual donde se rescaten temas, sociales, culturales y que generen además crecimiento en la identidad regional.

Después de haber finalizado talleres, realizar la tabulación de la encuesta, y haber tenido conversaciones con algunos habitantes y recoger testimonios de los habitantes acerca de su perspectiva del canal, hemos confirmado que:

1. La población carece de información frente a los medios alternativos, en este caso canales comunitarios, de las oportunidades y beneficios que trae

2. Telemontelíbano a través de su actual parrilla de programación, ofrece programas de entretenimiento, lúdicos que no aportan a la generación de identidad cultural.
3. Los contenidos audiovisuales que percibimos a través de los programas de producción propia del Canal carecen de contenido social, cultural, educativo, regional.
4. El Canal no tiene propuestas que generen participación ciudadana.
5. El personal humano que labora en el canal, carece de información frente a los medios alternativos, en este caso canal comunitario.
6. El personal humano que labora en el canal, no está capacitado para la realización de producciones audiovisuales.

Telemontelíbano debe ser un canal generador de espacios donde las personas no solo transmitan su opinión, sino que elaboren sus propios contenidos, graben y edite y los transmite por el canal.

La comunidad debe ver a Tele Montelíbano como un espacio del ejercicio del poder, en el cual no solamente está participando sino también está tomando su decisión de qué es lo que está saliendo por esta señal.

Cuando uno le pregunta a la comunidad, la gente no siente que éste es su canal, que éste es un medio del pueblo, hecho por el pueblo y para el pueblo.

VI CAPITULO

ANEXOS

1.1. Imágenes Talleres



1.2. CD Audios Opiniones - Diapositivas

Bibliografía

- Proyecto de Televisión Comunitaria para el municipio de Montelíbano, Telemontelíbano. Montelíbano, 2000,
- López Forero, Luis. *Comunicación y medios de información*. Editorial El Búho, Bogotá, 2004,
- Bouman, M (1999) Colaboración para el cambio social. La tortuga y el pavo real, el entretenimiento y la educación estratégica en televisión.
- Cortez. J. L. (2009), reseña del documento de Thomas Tufte comunicación y cultura
- Chaparro, Manuel (2009) *Comunicación para el empoderamiento y comunicación ecosocial. la necesaria creación de nuevos imaginarios*
- Eco, U. (1991) *¿Cómo se hace una Tesis?* Barcelona: Gedisa.
- Gumucio, A. (2001) *Comunicación para el Cambio Social: Clave del desarrollo participativo*.
- Hernández. Roberto, (1991) *Metodología de la investigación*
- Rincón, D. (1995) y cols.: *Técnicas de investigación social*. Ed. Dykinson. Madrid
- Sen, Gita, (1995) el empoderamiento como un enfoque a la pobreza.
- Tufte, T, (2005) eduentretenimiento en la comunicación para el vih/sida

EN LÍNEA:

- Comisión Nacional de televisión. Modalidades y Requisitos del servicio de televisión en Colombia [en línea]
http://www.cntv.org.co/cntv_bop/servicio_cober/modalidades/cartilla.pdf
[actualizado 21 febrero de 2011]
- Teorías de los efectos en las audiencias. [en línea]
<http://comunicacion.idoneos.com/index.php/337570>
- Vera Vélez, Lamberto La investigación cualitativa. UIPR, Ponce, P.R.
http://ponce.inter.edu/cai/reserva/lvera/INVESTIGACION_CUALITAIVA.pdf
- Arbeláez M, (2008). Trabajo de Grado, *Del papel al barrio, del barrio a la libreta de apuntes*.<http://lapalabreja.blogspot.com/2008/09/del-papel-al-barrio-del-barrio-la.html>
- La coctelera. *La hermenéutica y la comunicación*. [en línea]
[.http://eucaris.lacoctelera.net/post/2010/11/07/hermen-utica-y-comunicaci-n](http://eucaris.lacoctelera.net/post/2010/11/07/hermen-utica-y-comunicaci-n)
[publicado 7 noviembre, 2010]
- GUMUCIO-DAGRON, Alfonso. Documentos y archivos. *El empoderamiento como un enfoque de la pobreza*. [en línea]
<http://serpajarica.blogspot.com/2007/01/el-empoderamiento-como-un-enfoque-la.html> [publicado 31 de mayo, 2010]
- Etcétera. *Medios Alternativos*. [en línea]
<http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=4028>

- Wikipedia. *Comunidad*. [en línea] <http://es.wikipedia.org/wiki/Comunidad> .
[actualizado el 14 febrero 2011]
- Federación Mujeres Progresistas. Participación Ciudadana. [en línea]
<http://www.fmujeresprogresistas.org/participa8.htm> .
- Parte II - Participación comunitaria. . [en línea]
<http://sleekfreak.ath.cx:81/3wdev/HLTHES/APS/APS03S/CH04.HTM>
- Martinez Terrero. Jose. Teorias de la Comunicación. [en línea]
http://www.riial.org/espacios/teoriacom/teoriacom_docbase.pdf[actualizado el 6 mayo 2006]
- BHP Billiton. Cerro Matoso S.A. [en línea]
<http://www.bhpbilliton.com/bb/ourBusinesses/stainlessSteelMaterials/cerroMatosoSa.jsp>
- KrohlingPeruzzoCicilia M. Medios Comunitarios. [en línea]
<http://www.reddemedioscomunitariosalternativosylibres.8m.com/custom.html>[actualizado el 14 julio 2002]

ENTREVISTAS

- Juan Pablo Angulo, Presidente Sindicato de Trabajadores de Cerro Matoso.
- Naudys Mesa, Gerente de la Asociación de Televisión Comunitaria Telemontelíbano
- Felix Rivero, Director Canal Interno Telemontelíbano
- Diane Vergara, presentadora TV Noticias de Telemontelíbano
- Testimonios de la habitantes del municipio de Montelíbano Córdoba