



UNIMINUTO
Corporación Universitaria Minuto de Dios
Búsqueda de Calidad al alcance de todos

Memorias
II Encuentro
de
Investigación
en
Comunicación



Editado por:
Corporación Universitaria Minuto de Dios, UNIMINUTO
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Bogotá D.C., Colombia
Octubre de 2009

ISBN: 978-958-8165-77-6

Corporación Universitaria Minuto de Dios, UNIMINUTO
PRESIDENTE CONSEJO DE FUNDADORES
Diego Jaramillo Cuartas, Cjm.
RECTOR GENERAL
Camilo Bernal Hadad, Cjm.
RECTOR SEDE PRINCIPAL
Dr. Alonso Ortiz Serrano
VICERRECTOR ACADÉMICO
Juan Fernando Pacheco

Facultad de Ciencias de la Comunicación
DECANO
Harold Castilla Devoz, Cjm.

“Cinco estrategias para un nuevo modelo de televisión comunitaria para el desarrollo humano: una perspectiva desde la experiencia colombiana”

Phd. Lizandro Angulo Rincón^{29*}

Resumen

La ponencia se sustenta en el análisis de la televisión comunitaria de Colombia en los niveles de producción, programación y audiencia, para lo cual se utilizan los métodos de la entrevista en profundidad y observación directa en trabajo de campo para el área de la producción; el análisis de contenidos para el área de la programación; y la encuesta y la sesión grupal para el área de la audiencia. Los resultados del análisis permiten proponer un modelo de televisión comunitaria para el desarrollo humano, integrado por los componentes de la participación, la programación, la proyección, las alianzas estratégicas y el desarrollo humano, que permite el funcionamiento “casi ideal” de este medio de comunicación de acuerdo con la nuevas realidades económicas, políticas y culturales.

Abstract

The paper is based on the analysis of the community television from Colombia on production areas, programming and audience, which uses methods of the in-depth interview and direct observation of field work for the area of production; the content analysis for the area of programming; and the survey and meeting group for the area from the audience. The results of the analysis, it suggests a “Model Community television for human development”, composed of the components of participation, programming, projection, strategic alliances and human development, which allows the operation “almost perfect” for this media in accordance with the new economic realities, political and cultural.

29 Doctor en Periodismo y Comunicación de la Universidad del País Vasco (España). Allí presentó su tesis doctoral “Modelo de televisión comunitaria para el desarrollo humano. Estudio de la televisión comunitaria de Colombia y nueva propuesta de programación y formación de periodistas”. También ha realizado un máster en Participación y desarrollo comunitario y un Diploma de Estudios Avanzados (D.E.A.) en Producción e Innovación en medios de comunicación, ambos postgrados en la Universidad del País Vasco. Está vinculado a la Universidad del Tolima como docente e investigador en las áreas del Periodismo y la Comunicación para el desarrollo. Publicó el artículo científico titulado “Globalización, Tecnologías de la Información y la Comunicación y contexto indígena” y el libro en CD de su tesis doctoral. El trabajo en medios de comunicación lo ha realizado en la prensa, la radio y la televisión local.

Introducción

La ponencia parte de la tesis doctoral realizada por el autor durante tres años y en ella confluyen los estudios sobre la televisión comunitaria y el enfoque del desarrollo humano. La televisión comunitaria fue tomada como objeto de estudio porque la filosofía de este tipo de televisión consiste en democratizar la labor informativa y comunicativa, es decir, que las personas participen activamente en la elaboración de los programas y en el control y gestión del medio de comunicación (Gumucio, 2002). Y el enfoque del desarrollo humano porque se funda en el desarrollo de las capacidades de las personas, para que puedan desplegar todo su potencial en distintas facetas humanas y cumplir objetivos personales y sociales legítimos (Sen, 2000). En esta ponencia se plantea que la TV comunitaria, por su énfasis educativo, cultural y participativo, puede contribuir al cumplimiento de indicadores de bienestar de la población si su funcionamiento se articula con base en cinco componentes: la programación, la proyección, el desarrollo humano, la participación y las alianzas estratégicas. Estas fueron las etapas del estudio:

Cuestiones de investigación

Las cuestiones de investigación, según Wimmer & Dominick (1996), se plantean para explorar terrenos en los que apenas se ha investigado. En el caso de la televisión comunitaria, ésta se había estudiado por el Centro de Investigación y Educación Popular (CINEP) y la Fundación Social en 1998, el Ministerio de Cultura en el 2000 y la docente Patricia Téllez en el 2003. Las tres investigaciones arrojaron conclusiones importantes sobre infraestructura y programación. Sin embargo, en ninguna de ellas se abordó el tema desde la perspectiva de la producción, la programación y la audiencia utilizando distintos métodos, lo cual se constituye en un campo apenas investigado que da pie para la formulación de preguntas de investigación y no de hipótesis. En tal sentido, las interrogantes que orientaron el estudio fueron: (1) ¿Periodistas y directivos son conscientes del carácter participativo y promotor del cambio social de la TV comunitaria? (2) ¿Qué géneros de programas son los que predominan en la parrilla de programación de la televisión comunitaria? (3) ¿Cuáles son los grandes temas que con mayor frecuencia se presentan en los programas informativos de la televisión comunitaria? (4) ¿Cuáles son los grandes macrogéneros periodísticos y educativos presentes en los segmentos de los programas informativos? (5) ¿Cuáles son los contravalores periodísticos y los contravalores de desarrollo humano que predominan en cada uno de los segmentos u obras audiovisuales de los programas informativos? (5) ¿Qué aportes, según la audiencia, hace la TV comunitaria al desarrollo de las comunidades?

Métodos

En el nivel de la producción, se aplicó la entrevista en profundidad, con el fin de conocer las apreciaciones de los periodistas, directores de medios y directivos de los canales comunitarios, sobre el conocimiento que tienen del concepto de desarrollo y la forma como se lleva a la práctica en las rutinas periodísticas del medio. Ahora bien, con el fin de verificar que lo dicho correspondiera con la realidad, este método se complemen-

tó con la observación directa en el trabajo de campo de los periodistas. Aquí, desde luego, se tuvieron en cuenta los universos (318 periodistas), muestras (12 periodistas, cuatro directores), entre otros criterios.

En el nivel de la programación, se estudió tanto la parrilla de programación como los programas informativos de la TV comunitaria, mediante el método del análisis de contenidos desde dos dimensiones. La dimensión de la parrilla de programación, para conocer cuáles son los géneros de programas (Qué 1) que predominan para lo cual se extrajo una muestra de 10 TV comunitarias, y la dimensión de los programas informativos (noticieros, magazines y programas de entrevistas). La muestra de los programas informativos fue de 4 televisiones comunitarias para conocer: los grandes temas (Qué 2), macrogéneros periodísticos y educativos (Cómo 1), y contravalores periodísticos (Cómo 2) y de desarrollo humano (Cómo 3).

En el nivel de la audiencia, se emplearon los métodos de la encuesta y la sesión de grupo. La encuesta para tener datos cuantitativos previos, sin que constituyeran un análisis de la audiencia. Se le dio más importancia a las sesiones de grupo, entre 8 y 12 personas por cada una de las cuatro TV comunitarias, para conocer la percepción que tiene la audiencia sobre la calidad de la programación y las maneras en que le gustaría participar en todo el proceso de producción.

Resultados

En el nivel de la producción, las respuestas evidencian que existe consenso en torno a la necesidad de que haya una mayor implicación del periodista y del medio para ayudar en la medida de lo posible a resolver problemas sociales y a reivindicar el trabajo comunitario. La observación directa permitió establecer que la improvisación y la elaboración 'rutinizada' de la noticia del día como único referente para conocer la realidad, son los procedimientos frecuentes.

En el nivel de la programación *los resultados se expresan en las siguientes tablas:*

Tabla 1. Tipo de programa de la TV comunitaria (Qué 1)

CANAL	Reli Gioso	P. entre vistas	Noti ciero	Musi Cal	Misce lánea	Maga Cin	Infan Tij	Depor Tes	Cul Tura	Coci Na	Total
A. San Jorge	0,0%	0,0%	16,7%	16,7%	0,0%	8,3%	0,0%	16,7%	41,7%	0,0%	100,0%
Acoapacos	6,3%	6,3%	0,0%	6,3%	0,0%	18,8%	0,0%	6,3%	56,3%	0,0%	100,0%
Arenales TV	0,0%	11,1%	11,1%	22,2%	11,1%	22,2%	0,0%	0,0%	22,2%	0,0%	100,0%
Asoparsa	0,0%	15,4%	7,7%	0,0%	0,0%	7,7%	7,7%	7,7%	53,8%	0,0%	100,0%
Aspadiasan	11,8%	0,0%	0,0%	11,8%	0,0%	35,3%	0,0%	5,9%	29,4%	5,9%	100,0%
Paracentral	16,7%	16,7%	0,0%	0,0%	0,0%	16,7%	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	100,0%
Paso TV	11,1%	0,0%	5,6%	0,0%	0,0%	0,0%	5,6%	5,6%	66,7%	5,6%	100,0%
RTP Pamplona	0,0%	21,4%	14,3%	14,3%	7,1%	14,3%	0,0%	7,1%	21,4%	0,0%	100,0%
Teleenvigado	0,0%	18,2%	9,1%	18,2%	9,1%	18,2%	0,0%	0,0%	27,3%	0,0%	100,0%
TV Circunvalar	0,0%	22,2%	11,1%	0,0%	11,1%	0,0%	0,0%	0,0%	55,6%	0,0%	100,0%
Media TV Comunitaria	4,8%	9,6%	7,2%	8,8%	3,2%	14,4%	1,6%	5,6%	43,2%	1,6%	100,0%

N= 128 programas de las 10 TV comunitarias. Fuente: elaboración propia.

El tipo de programa que predomina en las parrillas de programación es el cultural (43.2%). Hay que tener en cuenta que esta categoría abarca los temas educativos, científicos y culturales. También son frecuentes los programas informativos: magacín (14.4%), programa de entrevistas (9.6%) y noticiero (7.2%).

Tabla 2. Grandes temas de los programas informativos de la TV comunitaria (Qué 2)

	Politica	O. Público público	Espectáculo Táculo	Economía	deportes	Cultura	Otros	Total
Ntc	46,8%	5,0%	5,7%	10,0%	12,9%	17,9%	1,7%	100,0%
Mag	14,1%	0,0%	7,0%	1,4%	2,8%	74,6%	0,0%	100,0%
Pen	29,2%	4,2%	0,0%	12,5%	12,5%	41,7%	0,0%	100,0%
Media TV Comunitaria	41,4%	4,3%	5,6%	8,9%	11,5%	26,8%	1,4%	100,0%

N= 574 segmentos de los programas informativos. Fuente: elaboración propia.

Los programas informativos dan prelación a tópicos relacionados con la política (41,4%) y la cultura (26,8%). Los temas económicos se registran en los tres programas informativos en un 8,9%. No ocurre lo mismo con el tema de orden público -donde sólo está presente en los noticieros (5,2%) y en los programas de entrevistas (4,2%).

Tabla 3. Macrogénero empleado en los programas informativos (Cómo 1)

	REPORTAJE	NOTICIA	ENTREVISTA	ENCUESTA	EDITORIAL	TELELECCIÓN	CRÓNICA	CRÍTICA	COMENTARIO	OTRO	TOTAL
Noticiero	4,5%	79,5%	5,0%	0,7%	2,4%	0,0%	0,5%	0,0%	3,1%	4,1%	100,0%
Magacín	7,0%	29,6%	16,9%	15,5%	0,0%	5,6%	11,3%	1,4%	2,8%	9,9%	100,0%
P. entrevistas	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Media TV Comunitaria	4,7%	68,9%	11,1%	2,7%	1,9%	0,8%	1,9%	0,2%	2,9%	4,7%	100,0%

N= 574 segmentos de los programas informativos. Fuente: elaboración propia.

En los programas informativos predomina la noticia (68,9%) y la entrevista (11,1%), dentro del macrogénero información. El reportaje y la crónica, géneros con los que se permite amplitud de detalles, presentan valores ínfimos (4,7% y 1,9%, respectivamente). El comentario (2,9%) y la encuesta (2,7%), ambos dentro del macrogénero opinión. El macrogénero de educación sólo está representado por la telelección (0,8%).

Tabla 4. Contravalores periodísticos hallados en los programas informativos de la televisión comunitaria (Cómo 2)

	Generalidad	Irresponsabilidad	Ningún contravalor	Parcialidad	Sensacionalismo	Servicio Privado	Superficialidad	Unidireccionalidad	Total G.
Noticiero	39,1%	0,7%	11,5%	8,8%	2,6%	6,0%	18,6%	12,6%	100,0%
Magacín	32,4%	0,0%	38,0%	2,8%	0,0%	1,4%	15,5%	9,9%	100,0%
P. entrevistas	20,8%	0,0%	4,2%	4,2%	0,0%	4,2%	0,0%	66,7%	100,0%
Media TV	37,4%	0,6%	14,8%	7,8%	2,1%	5,3%	17,3%	14,8%	100,0%

N= 574 segmentos de los programas informativos. Fuente: elaboración propia.

Los contravalores periodísticos que con mayor frecuencia aparecen en los programas informativos son el de la generalidad (48,2%), entendido como la información vaga e imprecisa, y la superficialidad (22,4%), referido al traslado de un tema trascendental al plano trivial.

Tabla 5. Contravalores de desarrollo humano en los programas informativos de la televisión comunitaria (Cómo 3)

	Destrucción	Egoísmo	Exclusión	Guerra	Injusticia	Insolidaridad	Represión	Ningún contravalor	Total
Noticiero	7,2%	2,4%	38,4%	3,1%	7,4%	0,7%	2,1%	38,7%	100,0%
Magacín	3,8%	1,5%	35,9%	0,8%	3,8%	0,0%	0,0%	54,2%	100,0%
Programa Entrevistas	0,0%	0,0%	66,7%	0,0%	4,2%	4,2%	0,0%	25,0%	100,0%
Media TV comunitaria	6,1%	2,1%	39,0%	2,4%	6,4%	0,7%	1,6%	41,6%	100,0%

N= 574 segmentos de los programas informativos. Fuente: elaboración propia.

En general, en los programas informativos se presenta con mucha frecuencia el contravalor de desarrollo humano de la exclusión (39%), entendido como la falta de fuentes para equilibrar la información.

En el nivel de la audiencia se presentan dos tablas que expresan la opinión de la audiencia sobre (1) los aportes de la TV comunitaria al desarrollo; y (2) preferencias de participación.

Tabla 5. Aportes de la TV comunitaria al desarrollo

VARIABLE	Nº	%
En brindar educación	1	2,1
En la prevención de enfermedades y adquisición de hábitos saludables	3	6,3
En exhortar a la libre expresión, la crítica y el debate	7	14,6
En brindar información útil	7	14,6
En establecer diálogos para resolver conflictos	0	0,0
En apoyar programas de seguridad y conciencia ciudadana	1	2,1
En ofrecer diversión	4	8,3
En mantenernos informados sobre nuestra realidad local y comunitaria	22	45,8
Todos los anteriores	6	12,5
Ninguno de los anteriores	4	8,3
Otro Cual	0	0,0

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del cuestionario.

Un 45,8% de las personas expresaron que el canal comunitario contribuye al desarrollo de la comunidad manteniéndola informada sobre la realidad local y comunitaria y también señalan que el canal les brinda información útil (14,6%). De esa respuesta se infiere que el beneficio que le proporciona el canal comunitario gira en torno al concepto de información. Hay quienes afirman que el medio exhorta a la libre expresión, la crítica y el debate (14,6%), porque permite que la gente diga lo que piensa sin censurarla. Es significativo que el canal comunitario, según la percepción de la audiencia, poco contribuye en brindar educación (2,1%), establecer diálogos para resolver conflictos (0%) y apoyar programas de seguridad y conciencia ciudadana (2,1%).

Tabla 6. Preferencias de participación de la audiencia

VARIABLE	Nº	%
Proponiendo los temas de cada programa	14	29,2
Produciendo directamente los programas (entrevistando, escribiendo...)	12	25,0
Llamando directamente para opinar o debatir sobre los temas propuestos	19	39,6
No me gustaría participar	7	14,6
Otra	0	0,0

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del cuestionario.

Los porcentajes indican que la gente en su mayoría desea participar en todo el proceso de producción de TV comunitaria. Por ejemplo, los que participarían proponiendo los temas de cada programa (29,2%) afirman que les gustaría sugerir a los periodistas temas de diversa índole, como deportes, política, para denunciar situaciones anómalas del ámbito local, etc.; otras personas acudirían al servicio telefónico u otro medio para opinar o debatir sobre los temas propuestos (39,6%), los cuales representan el porcentaje mayor de intención de participación; y un porcentaje un tanto menor de personas

pero igualmente significativo dice que les gustaría participar produciendo directamente los programas (25,%).

Conclusiones

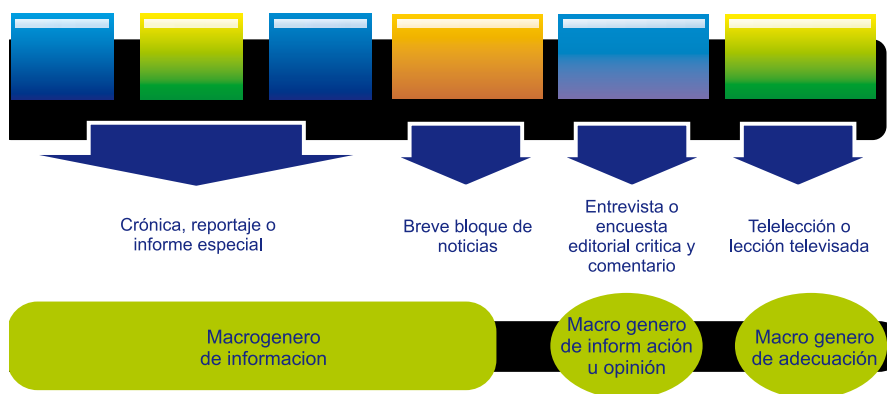
En el nivel de la producción, los periodistas y directivos de la televisión comunitaria tienden a compartir más los rasgos del periodismo estándar de los medios de comunicación que del periodismo comunitario. Todo ello apunta a que la TV comunitaria no ha alcanzado la madurez suficiente para cumplir con su naturaleza participativa y demostrar un compromiso real y sincero con las necesidades y proyectos comunitarios. La observación del trabajo de campo y el análisis de contenido de los programas informativos demuestran que los periodistas y directores de programas no reflexionan sobre las informaciones del día a día y no existe una preocupación por investigar en profundidad los hechos, para que las noticias tengan un mayor nivel de calidad, esto es, mayor contextualización y análisis. No es casual, pues, que en los segmentos de los programas informativos se observen altos porcentajes de los contravalores periodísticos de la generalidad (48,2%) y la superficialidad (22,4%).

En el nivel de la programación. (1) La parrilla de la televisión comunitaria tiene dos características relevantes: la primera, es la pericia que está experimentando este tipo de televisión al producir una amplia y variada gama de programas propios. La segunda, es que, a pesar de esa variedad, hay una evidente inclinación por producir programas culturales (43,2%) como lo exige el Acuerdo 09 de 2006 y, en menor proporción, programas informativos, y musicales. De hecho, los magacines representan el 14,4% de la programación, los programas de entrevistas el 9,6%, los noticieros el 7,2% y los musicales el 8,8%. No obstante, frente a estos resultados, es necesario hacer la siguiente precisión. Si bien es cierto que la televisión comunitaria posee un alto porcentaje de producción de espacios culturales, este medio audiovisual y la Comisión Nacional de Televisión en parte se equivocan al concebir la cultura, la educación y los temas comunitarios como módulos o espacios que se “desarrollan” independientemente de los informativos, musicales, programas de deportes, etc., ya que se considera que, si esas áreas humanas se proyectaran como horizontes expresivos que guiaran a toda la programación, se estaría construyendo un lenguaje propio de la televisión comunitaria (Martín-Barbero et al. (2000). En otras palabras, se plantea que el enfoque educativo, que se entiende como la formación de personas autónomas, críticas y propositivas, y el enfoque cultural, como la formación de personas que participan activamente en la vida política, económica y cultural, deben ser transversales a toda la programación.

(2) Los programas informativos suelen darle prioridad al gran tema político (41,4%), especialmente los noticieros con un 46,8%. Sin embargo, los resultados del Qué 2 nos ofrecen un dato significativo: del 46,8% de los segmentos destinados al gran tema de la política, un 24,3% se refiere al tema de la política gubernamental y un 17,1% al tema de la política comunitaria (proyectos, activismo y problemas de la comunidad). Un análisis detenido en este aspecto, permite concluir que los programas informativos de esta televisión tienden a mostrar con mayor frecuencia los problemas de la comunidad y, en menor porcentaje, el activismo y las obras comunitarias.

(3) La interpretación de los resultados del análisis de contenidos a los segmentos de los programas informativos (noticiero, magacín y programa de entrevistas) permiten concluir que la inexistencia de un uso equilibrado de dichos macrogéneros puede estar directamente relacionado con la generación de contravalores periodísticos y de desarrollo humano. En otras palabras, la abrumadora preferencia por la noticia (68,9%) dentro del macrogénero información, y la poca utilización de otros géneros pertenecientes a los macrogéneros de opinión (editorial, comentario, encuesta y crítica) y educación (telelección y lección televisada), pueden estar íntimamente relacionados con una presencia significativa de determinados contravalores periodísticos como los de la generalidad (48,2%), superficialidad (22,4%) y unidireccionalidad (19,1%), y del contravalor de desarrollo humano de la exclusión (39%), la injusticia (6,4%) y la guerra (6,1%). Ello se debe, fundamentalmente, a la brevedad temporal de las noticias, que no permiten la necesaria profundización, y a la ausencia de contraste de fuentes, principio esencial de un periodismo de calidad. Se presume que se podría lograr una mayor presencia de valores periodísticos (análisis, contextualización, etc.) y valores de desarrollo humano (participación, justicia, etc.) en los programas informativos por medio del empleo de una estructura flexible de bloques informativos; una presencia equilibrada de los macrogéneros de información, opinión y educación; y una mayor participación de fuentes y diversidad de temas. Una forma de lograrlo es por medio del siguiente esquema.

Ilustración 1. Estructura de los bloques informativos de un noticiero comunitario



Fuente: elaboración propia

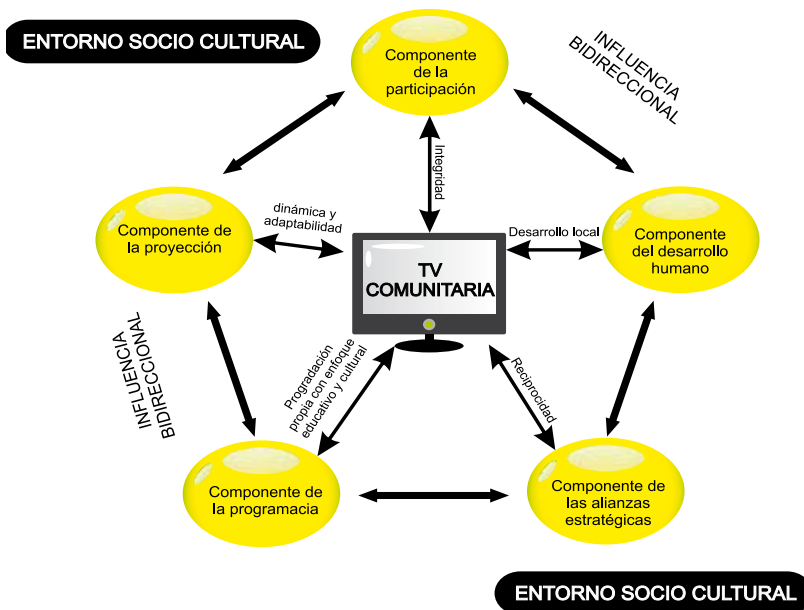
En el nivel de la audiencia. (1) La audiencia manifiesta su intención de participar activamente “proponiendo los temas de los programas” (29,2%), “produciendo directamente los espacios televisivos” (25%) y “llamando para opinar o debatiendo los temas propuestos” (39,6%), tal y como se concluye de los resultados del cuestionario y de las sesiones grupales. Por tanto, hay intención de hacer partícipe a la comunidad en el proceso, pero no hay metodologías, ni mecanismos, ni canales, para que esas acciones se lleven a cabo.

(2) Los aportes de la TV comunitaria se centran en brindar información (60,4%), pero poco contribuyen a formar a las personas (2,1%) y a adelantar campañas de conciencia ciudadana (2,1%), entre otros indicadores de desarrollo, como lo establece la naturaleza de este medio de comunicación.

Propuesta de Modelo de TV comunitaria para el desarrollo humano

La propuesta que hacemos para un modelo de televisión comunitaria para el desarrollo humano. La intención no es otra que la de proponer un funcionamiento casi ideal de este medio audiovisual, gracias a la interacción armónica de cinco componentes (el de la participación, programación, desarrollo humano, alianzas estratégicas y la proyección) en un contexto sociocultural determinado.

Ilustración 2. Modelo de televisión comunitaria para el desarrollo humano



Fuente: elaboración propia

El componente de la participación. La participación se concibe en forma integral, esto es, que la gente se implique en todo el proceso de producción de la televisión comunitaria (Berrigan, 1981). **Este componente está integrado por el acceso, la intervención activa, la autogestión y la formación.**

El componente de la programación. En este componente, la televisión comunitaria actúa como productora de programas locales, con una orientación educativa y cultural y que persiga la rentabilidad social de la audiencia (Cebrián, 2003 y Chaparro, 2002).

El componente de las alianzas estratégicas. Con este componente se pretende que la televisión comunitaria establezca relaciones de cooperación con instituciones gubernamentales y no gubernamentales, con el objeto de sumar y coordinar esfuerzos que conduzcan al mejoramiento de las condiciones de vida de la comunidad (Beltrán, 1993 y Alfaro, 2000).

El componente del desarrollo humano. La televisión comunitaria tiene en cuenta los principios del desarrollo humano (endógeno, sostenible) y los lleva a la práctica mediante la potenciación de las acciones locales.

El componente de la proyección. La televisión comunitaria aprovecha las ventajas de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), para (1) darse a conocer nacional e internacionalmente; (2) para fortalecer la participación de la comunidad a través de mecanismos interactivos; y (3) para ofrecer servicios de valor agregado si cuenta con la red adecuada y con la autorización de la entidad competente.

Bibliografía

CHAPARRO, Manuel (2002). Sorprendiendo al futuro. Comunicación para el desarrollo e información audiovisual. Los libros de la frontera (comunicación), Barcelona, España.

GUMUCIO, Alfonso (2002). La TV Comunitaria: Ni pulpo, ni púlpito: pálpito (online). Disponible en www.geocities.com/agumucio/artTelevisionComunitaria.html. Acceso marzo de 2006.

SEN, Amartya (2000). Desarrollo y libertad. Editorial Planeta, S.A., Barcelona (España).

Téllez, María Patricia (2003). La Televisión Comunitaria en Colombia. Entre la realidad y la utopía. Ministerio de Cultura y Comisión Nacional de Televisión. Imprenta Nacional.

Alfaro, Rosa María (2000). Culturas populares y comunicación participativa: en la ruta de las redefiniciones. En Revista Razón y Palabra, número 18, Tecnológico de Monterrey, México.

BERRIGÁN, Frances J. (1981). La comunicación comunitaria. Cometido de los medios de comunicación comunitaria en el desarrollo. UNESCO, Estudios y Documentos de Comunicación Social, nº 90.

CEBRIÁN, Mariano (2003). Análisis de la información audiovisual en las aulas. Editorial Universitas, Madrid (España).

Centro de Investigación y Educación Popular y Fundación Social, CINEP (1998). Señales de Humo, panorama de la televisión local y comunitaria en Colombia. N° 1, Santafé de Bogotá.

MARTÍN-BARBERO, Jesús, REY, Germán y RINCÓN, Omar (2000). Televisión pública, cultural, de calidad. En: Revista Gaceta número 47. Bogotá. Ministerio de Cultura. Diciembre, 2000, páginas 50-61.