

UNA TV VERDADERAMENTE COMUNITARIA

Lizet Márquez Gómez¹

Resumen

La televisión es un medio de comunicación por excelencia. En las sociedades contemporáneas desempeña un papel decisivo al influir en la forma de actuar o pensar de las personas, logra modificar la manera en que los hombres conocen y comprenden la realidad que los rodea. Por su carácter instructivo y educativo constituye un instrumento que facilita el diálogo entre los miembros de la sociedad. La presente investigación analiza la necesidad de una televisión comunitaria verdadera. Más allá de sus condiciones geográficas buscamos una televisión que refleje a su gente, apegados a los conceptos teóricos de lo que hoy en el mundo se conoce como TV comunitaria, capaz de lograr una retroalimentación con su público y con ello una repercusión mayor en la vida cotidiana de quienes allí viven, como entes sociales transformadores de su propia realidad.

Palabras clave

Televisión comunitaria; comunicación participativa; retroalimentación.

Abstract

Television is a medium of communication par excellence. In contemporary societies plays a decisive role in influencing the way of acting or thinking of individuals, able to modify the way that men know and understand the reality around them. Because it is instructive and educational is a tool that facilitates dialogue between members of society. The present research analyzes the need for true community television. Beyond its geographical conditions seek a television that reflects their people, attached to the theoretical concepts of what is now known as the world community TV, able to achieve with your audience feedback and thus a greater impact on life everyday living there, as social beings transform their own reality.

Keywords

Community television, communication participatory; feedback.

1.- Introducción

“Los hombres y los pueblos de hoy se niegan a seguir siendo receptores pasivos y ejecutores de órdenes. Sienten la necesidad y exigen el derecho de participar, de ser actores, protagonistas en la construcción de la nueva sociedad auténticamente democrática. Así como reclaman justicia, igualdad, el derecho a la educación, reclaman también su derecho a la participación. Y, por lo tanto, a la comunicación”. Mario Kaplún. *El Comunicador Popular*.

La televisión es el medio que nos permite a través de imágenes creer que estás ahí en ese lugar, a esa hora y en ese momento. Ese es justamente su mayor atractivo, lo que la hace verosímil e interesante. Este enérgico argumento debe ser aprovechable al máximo, de ahí que una de las tendencias observables en el mundo en las últimas décadas es la consolidación de sistemas televisivos regionales y locales. Este tipo de tele emisoras son de un alcance menor que las provinciales o nacionales, y forman parte de un fenómeno que comienza a darse, en primer lugar, en EEUU. Por su parte, en la Europa de los años 70, tiempo en el que algunos países que ya contaban con sistemas nacionales de televisión consolidados, como por ejemplo Francia, comenzó a ser corriente la emisión desconectada de programas regionales y locales por un canal de televisión nacional, dando lugar a la “televisión de proximidad”. Con el correr de los años esta manifestación temprana de descentralización de la televisión se profundizó y se volvió más compleja. Los investigadores españoles Moragas Spá, Garitaonandía y López al estudiar las experiencias de descentralización de la televisión en Europa, señalan una serie de factores que han contribuido a su realización:

- Factores políticos: paralelismo entre regionalización político-administrativa de los Estados y la descentralización televisiva; la influencia de grupos y partidos políticos; el predominio de la iniciativa pública.
- Factores culturales (y lingüísticos): estrechamente vinculados a los factores políticos, en muchas televisiones regionales el factor lingüístico ha sido motor principal para su creación.
- Factores tecnológicos: sin los avances en el terreno de las tecnologías de producción (vídeo, cámaras ligeras, equipos ENG) no hubiese sido posible la creación de las emisoras locales o regionales (1999).

Las televisiones comunitarias, regionales, o locales como se hacen llamar en dependencia de los escenarios, surgen como mecanismos de comunicación.

Entendidas como el espacio televisivo en el que participa la comunidad, no como actor pasivo, sino como protagonista activo, donde ésta se hace partícipe del proceso de creación, realización, promoción, crítica y censura de ese espacio y sus productos, y en donde los intereses que la mueven son el desarrollo colectivo.

Estudiosos como Manuel Chaparro,² de España, Lizandro Angulo Rincón e Iñaki Zabaleta Urquiola de Colombia, coinciden en que la “Televisión Comunitaria permite una relación dialógica, un intercambio real, efectivo y equitativo entre los que intervienen en el proceso de la comunicación: de ser emisores y receptores se pasa a interlocutores; la comunidad tiene el derecho de participar en todo el proceso de producción; y se producen programas con contenidos locales, y muy comprometidos con temas sociales, educativos y culturales”.³

A través de la realización de productos audiovisuales de tipo recreativo, educativo o cultural, con la pretensión de generar procesos de transformación social, se constituye en una forma específica de organización de la sociedad para hacer defensa, ya no de beneficios necesariamente asociados sólo con la satisfacción de necesidades básicas, sino también a aspectos relativos a lo cultural.

De esta manera, el canal comunitario se presenta como la posibilidad para que esas comunidades hagan suyo el poder creador de los símbolos y significados, al mismo tiempo que lleva al nivel micro la estructura utilizada para fortalecer sus propias identidades, las identidades locales.

En los últimos años muchas experiencias han surgido en el mundo con el desarrollo de las televisoras comunitarias, alternativas o locales, según sea el término, que se adopta en cada lugar de acuerdo a las características de cada región.

Según explican autores de varios países del área, México, Chile, Colombia, Brasil, las televisoras locales actúan para brindar “servicios de información económicamente accesibles a la población, con contenidos pertinentes a la comunidad.

En España, por ejemplo, según Francisco Vacas, Profesor Asociado en la Facultad de Documentación de la Universidad de Extremadura, el fenómeno de la televisión local en regiones sin televisión propia reviste una extraordinaria importancia en el mosaico audiovisual en que se han convertido las regiones españolas.

Las Comunidades Autónomas, como Extremadura, explica, **sólo pueden ver reflejada su identidad cultural en estas pequeñas emisoras públicas** y privadas, que además constituyen la base sobre la que articular cualquier proyecto de futuro en el sector audiovisual (2000: 1)

Por otra parte, Josefina Sánchez Martínez. Doctora en Ciencias de la Información - Universidad Complutense de Madrid- Profesora del Área de Comunicación Audiovisual de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación -Universidad Católica San Antonio de Murcia-, la caracteriza como “medio de expresión de la cultura propia y como instrumento de recuperación de las tradiciones locales.”

La investigación parte de las siguientes premisas:

- El impacto de las corresponsalías está condicionado por el contexto social, las prácticas periodísticas, y la profundidad con que se emiten los mensajes.
- La retroalimentación y la participación de sus pobladores en una televisora municipal pudiera generar soluciones a los problemas que padecen en su entorno.
- Las características de la comunicación comunitaria establecen diferencias técnico estilísticas marcadas en la realización, en relación con los telecentros con una cobertura diferente.

Al aportar un diagnóstico del trabajo de las corresponsalías locales ubicadas en los municipios cubanos, y granmenses en particular, atendiendo a su público, donde se determinaron las necesidades informativas de estas comunidades podremos contribuir al rescate de la cultura local, y con ello fortalecer la capacidad de sus integrantes de actuar sobre su propia realidad.

2.- Desarrollo

Cuba, una pequeña isla del Caribe, extiende también por sus provincias el programa de desarrollo de la televisión local, cuyo mayor impacto social será la elevación de la cultura general integral del pueblo hasta en las serranías.

La propuesta cubana, de más de 70 corresponsalías de televisión locales ubicadas en igual número de municipios, responde a la necesidad de generar cultura, ampliar el espectro de información, y educar desde la estructura municipal, específica de cada zona en cuestión. Por lo tanto, sigue siendo un reto para los realizadores del medio lograr la identificación real de los mensajes que transmiten con los pobladores de dichas comunidades.

A diferencia de otros países estas estructuras surgen por iniciativa estatal. De esta manera se da respuesta en alguna medida a la necesidad de que las comunidades, por muy intrincadas que estén enclavadas eleven la autoestima de sus pobladores, su reconocimiento social, y logren mayores transformaciones socioeconómicas y culturales para elevar su desarrollo.

Entonces, ¿Cómo tratar periódicamente aquellos aspectos de la cotidianidad en las comunidades, cuya nueva percepción podrían influir en un cambio en sus comportamientos tradicionales? Para dar respuesta a esta interrogante es necesario evaluar los materiales periodísticos que utilizan las corresponsalías de la TV para transmitir información a su público, y realizar un conjunto de trabajos que resulten apropiados y efectivos desde la perspectiva de la comunicación participativa, teniendo en cuenta el género que utilizan.

Sin dudas, las características de la comunicación comunitaria establecen diferencias técnico-estilísticas marcadas en la realización periodística, en relación con los telecentros con una cobertura diferente; el impacto de los materiales periodísticos de las corresponsalías está condicionado por el género, la profundidad y el contexto social en que se emiten los mensajes.

Frances J. Berrigan en su libro “La comunicación comunitaria. Cometido de los medios de comunicación comunitaria en el desarrollo”, publicado por la UNESCO, también enfatiza en la importancia de la participación popular en el proceso de este tipo de comunicación. La autora expresa que “los medios de comunicación comunitaria son una adaptación de los medios de comunicación en general, para su uso por la comunidad y para cualquiera de los objetivos que decida ésta”.⁴

Para perfeccionar la conformación de una identidad sólida de los pobladores de esas localidades de acuerdo con los principales enfoques del conocimiento científico actual no bastaría con “querer transformar”, sino que se necesitan postulados teóricos y científicos que avalen su comportamiento y su metodología.

2.1 Realidad granmense

En la provincia de Granma, por ejemplo, existen 9 corresponsalías en los municipios de Guisa, Pílon, Río Cauto, Cauto Cristo, Buey Arriba, Campechuela, Media Luna, Bartolomé Masó y Yara.

El territorio, eminentemente agropecuario, cuenta con 1 754 kilómetros cuadrados del Plan Turquino, proyecto social creado el dos de junio de 1987, por el General de Ejército Raúl Castro, destinado a elevar el nivel de vida de la población serrana.

En este territorio granmense, donde se encuentran enclavadas cinco de dichas corresponsalías, viven más de 92 mil pobladores, en un área que representa el 21 por ciento de la superficie de la provincia, el 36 por ciento del área de la Sierra Maestra y el 40 por ciento de su población.

Quienes habitan esos parajes se entregan por entero a las transformaciones del medio, luchan por elevar sus condiciones de vida, estimulan la actividad económica, consolidan los programas de la Revolución, y en general, aman la obra que construyen.

Como parte del desarrollo logrado en la región montañosa, se instalaron allí las corresponsalías de televisión.

Sin embargo, se hace necesario generalizar un modelo metodológico en sus realizaciones que salvaguarden para la cultura nacional, la realidad de esos hombres y mujeres, y eleven su autoestima; reflejar su vida cotidiana y dar solución a los problemas que los afectan.

Las realizaciones periodísticas con fines sociales, y educativos promocionarán la cultura en las zonas de difícil acceso, como apoyo al fortalecimiento de la capacidad comunitaria de actuar sobre su propia realidad.

Las corresponsalías municipales podrían transformar la vida de los habitantes de la zona, no solo en el aspecto cultural, sino también en cuanto a las condiciones materiales de la comunidad como vehículo de expresión y canalización de sus principales problemáticas socio-económicas.

En varias televisoras del mundo importantes especialistas han investigado la trascendencia de motivar el desarrollo de comunidades apartadas a través de los medios de difusión, especialmente la televisión, al lograr que sus moradores se vean reflejados tal y como son.

Se trata de construir realidades sociales antes que reflejarlas superficialmente en los medios de comunicación provincial o nacional, lo cual encarnaría reconocimiento y respeto hacia su identidad.

2.2 Experiencia Comunitaria en Televisión Serrana

Una de las experiencias más cercanas es la existencia de la Televisión Serrana, ubicada en el montañoso municipio granmense de Buey Arriba. Aunque lleve el nombre de “televisión”, el proyecto hasta ahora ha funcionado solamente como una entidad de producción y difusión de video. Si bien se incluye dentro del programa nacional de telecentros, sus referentes siempre la sitúan aparte para marcar la diferencia. Sus materiales y prácticas productivas demuestran la participación real de una comunidad definida y delimitada, en un ambiente totalmente rural. TV Serrana plantea un rescate de la cultura local a la vez que refleja los intereses de la comunidad, a través del género Documental. Suscita el uso del video para fines sociales y educativos y la promoción

cultural en las zonas de difícil acceso, como apoyo al fortalecimiento de la capacidad comunitaria de actuar sobre su propia realidad. Se trata de trabajar los oficios comunes de los montañeses y sus problemas, a partir de historias creativas de su realidad para que se reconozcan a sí mismos y hacerlos partícipes de su solución.

Es fundamental el uso de voces de los protagonistas del hecho, la utilización de efectos sonoros y musicales, la reproducción de visuales: Fotos, mapas, dramatizaciones, diapositivas, diagramas, maquetas, animaciones, entre otras.

Los materiales periodísticos que emitan las corresponsalías deberán ser persuasivos, alcanzando ciertos objetivos: “1) Despertar el interés del público hacia aquellos problemas sociales que más los afectan... 2) Se debe plantear o sugerir la(s) solución (es) al problema... 3) La meta debe ser simple para inspirar o levantar el entusiasmo de la audiencia”.

Las corresponsalías de televisión creadas en los municipios cubanos tienen posibilidades reales de transmisión a su público específico. Su impacto social radica justamente en que sus reportes o materiales informativos nunca perderían su esencia local, reflejarían las inquietudes de las comunidades del campo, de sus organizaciones productivas, sus áreas rurales, representarían comunidades con intereses comunes, hasta ahora no reportadas con profundidad por los medios provinciales o nacionales.

En su libro *Para entender la Televisión*, Vicente González Castro⁵ nos comenta que:

“Quienes hemos trabajado en la televisión tenemos miles de misterios que descifrar. ¿Por qué a pesar de ser un medio adverso, difícil, devastador, triturador, todos queremos seguir en la pantalla hasta los últimos días de nuestras vidas? ¿Por qué llegamos a necesitar el contacto con el público de la calle como si fuese la gota de oxígeno que pondrá a salvo nuestras vidas? ¿Por qué sentimos una incómoda molestia cuando los ciudadanos comunes nos importunan a cualquier hora y en cualquier lugar, sin respeto a nuestra vida privada, pero cuando pasan por nuestro lado sin hacernos caso o no nos conocen, sentimos una profunda rabia interior? ¿Por qué, creyéndonos a salvo de toda sensiblería, nos conmovemos cuando leemos las cartas de televidentes desconocidos, ciudadanos comunes con los

cuales jamás, probablemente, llegaremos a cruzar palabras? ¿Por qué a pesar de lo poco que aporta este medio a los creadores y artistas en el orden estético y profesional, todos se desviven en hacer algo para la televisión o por «salir» en la televisión? Y algo más importante que eso. ¿Por qué cuando un sujeto común aparece en la pantalla de televisión, aunque sólo sea de manera fugaz, saludando con la mano como uno más de las decenas de telespectadores que hay en un estudio, cree que su vida ha cambiado, que ya no todo será igual?”

Al ser de nueva creación, no existen modelos aplicables. Las corresponsalías de TV hoy no se adjudican totalmente su compromiso social de favorecer el desarrollo de su entorno, de impulsar la participación de todas las personas. La cantidad de corresponsalías cuyas características son típicas, y la disponibilidad de recursos para la ejecución de su misión, gracias al apoyo de los organismos y organizaciones involucradas, la propensión comprobada de los habitantes de esas comunidades a colaborar con acciones de esta naturaleza, permiten asegurar que es posible una verdadera transformación.

3.- Conclusiones

La existencia de los canales municipales y corresponsalías en el contexto cubano actual es un fenómeno indisolublemente ligado a las transformaciones socio económicas y culturales de la Revolución.

Su creación está inspirada en el periodismo objetivo.

Se trata de un proyecto comunicacional factible de ser transformado en beneficio de la comunidad de acuerdo con las prácticas existentes en el mundo en materia de televisión comunitaria.

Los canales municipales y las corresponsalías están listas para poner en marcha un proyecto comunicacional cuya misión sería difundir una visión diferente a la de la

televisión provincial o nacional, que refleje con mayor eficacia la vida de la comunidad donde se enclavan.

Se distinguen de las televisoras comunitarias del resto del mundo por su atipicidad como canales locales de un país pequeño y pobre, con intereses comunes entre el estado y el pueblo, al ser promovidas por el propio gobierno.

La televisión comunitaria deviene una de las más amplias y trabajadas áreas de la comunicación en el mundo; sin embargo, su definición aún resulta imprecisa en Cuba por la misma premura con la que fueron creados estos centros de televisión local en el país.

La existencia de tecnología adecuada asegura el abordaje informativo temático, de acuerdo a los intereses comunitarios pero la práctica periodística resulta insuficiente debido a factores subjetivos y objetivos que la obstaculizan.

El análisis demuestra la ausencia de productos televisivos con una estética diferente, que reflejen con profundidad la vida en las comunidades a través de los géneros periodísticos más adecuados para cada caso; la deuda recae en la ausencia de técnicas y metodologías de investigación en los trabajos evaluados durante el período analizado.

Bibliografía

Ander Egg, Ezequiel, 1974: Introducción a la Técnica de Investigación Social. Editorial Humanitas, Buenos Aires.

Bunge, Mario, 1972: La Investigación Científica. Su Estrategia y Filosofía. Ciencias Sociales. Inst. Cubano del Libro, La Habana.

León G. Orfelio, Ignacio Montero, 1993: Diseño de Investigaciones. Introducción a la Lógica de la Investigación en Psicología y Educación. McGraw Hill, Madrid.

Méndez A, Carlos E. 1995: Metodología. Guía para elaborar Diseños de Investigación. McGraw Hill, Colombia.

Medina Hernández, Ileana (1998): Los estudios sobre comunicación masiva en América Latina. *Revista Latina de Comunicación Social*, <http://www.ull.es/publicaciones/latina/z8/enero.98.iliena.htm>

Eco, Umberto: "Innovación y repetición" (material fotocopiado).

Fuenzalida, Valerio: "Estudios sobre la televisión chilena". CPU, Santiago de Chile, 1981.

Fuenzalida, Valerio: "La producción de la música popular en Chile". Ceneqa, Santiago de Chile, 1987.

Fuenzalida, Valerio: "Modelos de recepción de mensajes" En: 'Chasqui' No. 27, pp. 66-70, Ciespal, Quito, 1988.

Fuenzalida, Valerio: "El reinado de la televisión. Evolución de la comunicación de masas." En: 'Telos' No. 19, pp. 27-35, Fundesco, Madrid, 1989.

Fuenzalida, Valerio: "Comprensión de la TV en el postmarxismo latinoamericano" (material fotocopiado), Santiago de Chile, octubre 1990.

Fuenzalida, Valerio: "La ética cotidiana de la teleficción" En: 'Chasqui' No. 41, pp. 22-24, Ciespal, Quito, 1992a)

Fuenzalida, Valerio: "Telenovelas y desarrollo" En: 'Diálogos de la comunicación' No. 33, pp. 35-40, Felafacs, Lima, 1992b).

Fuenzalida, Valerio: "TV broadcasting para el desarrollo" En: 'Chasqui' No. 45, pp. 94-100, Ciespal, Quito, 1993.

Fuenzalida, Valerio y María E. Hermosilla: "Evaluación de la experiencia de Ceneqa en recepción activa de TV". Unesco / Ceneqa, Santiago de Chile, 1989.

Fuenzalida, Valerio: "El televidente activo. Manual para la recepción de televisión". CPU, Santiago de Chile, 1991.

García Canclini, Néstor: "Las culturas populares en el capitalismo". Casa de las Américas, La Habana, 1982.

García Canclini, Néstor: "Ni folclórico ni masivo, ¿qué es lo popular?" En: 'Diálogos de la comunicación' No. 17, Felafacs, Lima, 1987.

García Canclini, Néstor: "Culturas híbridas. El espacio comunicacional como problema multidisciplinario" En: 'Telos' No. 19, pp. 13-20, Fundesco, Madrid, 1989.

García Canclini, Néstor: "Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad". Grijalbo, México, 1990a).

García Canclini, Néstor: "La sociología de la cultura de P. Bourdieu" En: Bourdieu, P.: 'Sociología y Cultura'. Grijalbo, México, 1990b).

García Canclini, Néstor: "El consumo sirve para pensar" En: 'Diálogos de la comunicación' No.30, pp.6-9, Felafacs, Lima, 1991.

García Canclini, Néstor: "Los estudios sobre comunicación y consumo: el trabajo interdisciplinario en tiempos neoconservadores" En: 'Diálogos de la comunicación' No. 32, pp. 8-12, Felafacs, Lima, 1992.

García Canclini, Néstor: "Comunicación y consumo en tiempos neoconservadores" En: 'Comunicación' No. 81, pp. 3-11, Caracas, 1993.

Hall, Stuart: "Estudios culturales: dos paradigmas" En: 'Causas y Azares' No. 1, pp. 28-37, Buenos Aires, 1994.

Kaplún, Mario: "Los Mattelart, hoy: entre la continuidad y la ruptura" (entrevista) En: 'Diálogos de la comunicación' No. 21, Felafacs, Lima, 1988.

Lozano, Elizabeth: "Del sujeto cautivo a los consumidores nomádicos" En: 'Diálogos de la comunicación' No. 30, pp. 19-24, Felafacs, Lima, 1991.

Mangone, Carlos et al.: "Estudios de comunicación en América Latina: del desarrollo a la recepción" (Entrevista a Héctor Schmucler) En: 'Causas y Azares' No. 1, pp. 5-24, Buenos Aires, 1994.

Martín Barbero, Jesús: "Comunicación masiva, discurso y poder". Intiyán, Ciespal, 1978.

Martín Barbero, Jesús: "Memoria narrativa e industria cultural" En: 'Comunicación y Cultura' No. 10, pp. 54-73, México, 1983.

Martín Barbero, Jesús: "De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía". Gili, México, 1987.

Martín Barbero, Jesús: "TV, cultura y región" En: 'Telos' No. 16, pp. 41-46, Fundesco, Madrid, 1988-89.

Martín Barbero, Jesús: "Comunicación y Cultura: unas relaciones complejas" En: 'Telos' No. 19, pp. 21-26, Fundesco, Madrid, 1989.

Martín Barbero, Jesús: "Comunicación, campo cultural y proyecto mediador" En: 'Diálogos de la comunicación' No. 26, pp. 7-15, Felafacs, Lima, 1990.

Martín Barbero, Jesús: "El tejido comunicativo de la democracia" En: 'Telos' No. 27, pp. 13-22, Fundesco, Madrid, 1991a).

Martín Barbero, Jesús: "Perder el objeto para ganar el proceso" En: 'Signo y Pensamiento' No. 18, pp. 21-29, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, 1991b).

Martín Barbero, Jesús: "Recepción: uso de medios y consumo cultural" En: 'Diálogos de la comunicación' No. 30, pp. 4-5, Felafacs, Lima, 1991c).

Martín Barbero, Jesús: "Comunicación y ciudad: entre medios y miedos" En: 'Comunicación' No. 82, pp. 73-75, Caracas, 1993a).

Martín Barbero, Jesús: "Industrias culturales: modernidad e identidad" En: 'Análisi' No. 15, pp. 9-20, UAB, Barcelona, 1993b).

Martín Barbero, Jesús: "La comunicación plural: alteridad y socialidad" En: 'Diálogos de la comunicación' No. 40, pp. 72-79, Felafacs, Lima, 1994.

Mata, María Cristina: "Radio: memorias de la recepción" En: 'Diálogos de la comunicación' No. 30, pp. 40-53, Felafacs, Lima, 1991.

Mata, María Cristina: "Recepción e identidad popular" En: 'Comunicación' No. 77-78 (extraordinario), pp. 32-42, Caracas, 1992.

Mattelart, Armand y Michelle: Pensar sobre los medios. Fundesco, Madrid, 1987.

Mata, María Cristina: "La recepción: el retorno al sujeto" En: 'Diálogos de la comunicación' No. 30, pp. 10-17, Felafacs, Lima, 1991.

Orozco Gómez, Guillermo: "TV y producción de significados" (tres ensayos), 'Cuadernos Comunicación y Sociedad' No.2, Universidad de Guadalajara, 1987.

Orozco Gómez, Guillermo: "Notas metodológicas para abordar las mediaciones en el proceso de recepción televisiva" 'Diálogos de la Comunicación'. Cuaderno No. 2, Felafacs, 1990.

Orozco Gómez, Guillermo: "La audiencia frente a la pantalla: una exploración del proceso de recepción televisiva" En: 'Diálogos de la comunicación' No. 30, pp. 54-63, Felafacs, Lima, 1991.

Orozco Gómez, Guillermo: "Televisión pública y participación social: al rescate cultural de la pantalla" En: 'Diálogos de la comunicación' No. 33, pp. 4-10, Felafacs, Lima, 1992.

Orozco Gómez, Guillermo: "Dialéctica de la mediación televisiva" En: 'Análisi' No. 15, pp. 31-44, UAB, Barcelona, 1993a).

Orozco Gómez, Guillermo: "Hacia una dialéctica de la recepción televisiva: la estructuración de estrategias por los televidentes" En: 'Comunicacao & política na América Latina' No. 22-23-24-25, pp. 57-71, CBELA, Sao Paulo, 1993b).

Wolf, Mauro: "La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas". Paidós, Barcelona, 1987.

Wolf, Mauro: "Tendencias actuales del estudio de medios" En: 'Diálogos de la comunicación' No. 30, pp. 26-30, Felafacs, Lima, 1991.

¹ Periodista del Sistema Informativo de la Televisión Cubana, en la Provincia de Granma. - lizet@enet.cu

² Vicedecano de la Facultad de Comunicación de la universidad de Málaga IMEDEA-EMA RTV: Publicaciones: [Comunicación Ciudadana: Poder, participación y nuevas tecnologías en la sociedad del conocimiento](#) ; [Radiotelevisión Pública Local y Alternativa: Perspectivas](#); [La Democratización de los Medios](#) .

³ Angulo Rincón, L y Zabaleta Urquiola, I , *Cinco estrategias para un modelo de televisión comunitaria: una perspectiva desde la experiencia colombiana*, disponible en <http://redacuiferoguarani.files.wordpress.com/2012/01/tv-comunitaria-colombia.pdf> (accesado 20 enero 2011)

⁴ Berrigan, F, *La comunicación comunitaria: Cometido de los medios de comunicación comunitaria en el desarrollo*, disponible en <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001343/134355so.pdf>, (accesado 20 enero 2011)

⁵ González Castro, V, *Para entender la Televisión*, disponible en http://www.vicent.cult.cu/vicente/descargas_doc/para_entender_la_television.pdf (accesado 4 marzo 2011)