

# DAZA, Gladys (coord.)

(JGC)

## PRIMERA PARTE: DESCRIPCIÓN

### 1. Información bibliográfica.

- a. Del libro reseñado.

DAZA Hernández, Gladys (coordinadora), ¿Participación social en los medios masivos?. Canales regionales y sociedades urbanas, 1ª edición, Medellín, Editorial Universidad Pontificia Bolivariana y honrad Adenauer Stiftung, 1999, 316 páginas.

- a. De la edición original.
- b. De la primer edición en español.

### 2. Descriptores conceptuales de contenido.

- a. Epistemología. Positivismo
- b. Fuentes. Sociología Funcionalista
- c. Comunicología. Difusión
- d. Macro-objeto. Medios de difusión
- e. Objeto específico. Participación

## SEGUNDA PARTE: CONTENIDO

### 3. Ubicación campal de la obra.

- a. Clasificación campal. Dentro-dentro
- b. Época. Los noventa. Desarrollo del espacio conceptual
- c. Región. América Latina

### 4. Contenido de la obra.

- a. Género. Estudio
- b. Índice de la obra.

Presentación	9
Introducción	13
Planteamiento del problema	19
Capítulo 1	
Información preliminar	23
1.1 Estado general del tema	23
1.2 Objetivos del estudio	25
1.3 Hipótesis	26
1.4 Muestra estadística-metodológica	26
1.4.1 Parámetros para la elaboración de la muestra	26
1.4.2 Variables de control	26
1.4.3 Confiabilidad de los resultados del estudio	26
1.4.4 Ponderación de la muestra	26
1.4.5 Diseño de la muestra	27

1.4.6 Prueba piloto	29
1.4.7 Aplicación de encuestas en las ciudades estudiadas	29
Capítulo 2	
Marco teórico conceptual	31
2.1 Tecnologías, información y sociedad	31
2.1.1 Información masiva y comunicación	33
2.1.2 Ámbitos de participación en la información masiva	38
2.1.3 Recomendaciones del informe MacBride	44
2.1.4 Información televisiva	45
2.2 Sociedad civil y participación democrática en la información masiva	50
2.2.1 Un concepto problemático con actores complejos	51
2.2.2 Sociedad civil y poder comunicativo	56
2.2.3 La experiencia de la sociedad civil colombiana	62
2.3 La participación social en procesos de información y de comunicación	66
2.3.1 Recorrido histórico: bases conceptuales y prácticas sociales	67
2.3.2 Las relaciones de poder y la información y comunicación participativa en nuestro medio	72
2.3.3 La participación social y la información y comunicación: algunas reflexiones	79
2.4 Conceptos y clasificaciones de la participación social	83
2.4.1 Tipos de participación	84
2.4.2 Grados de participación (de menor a mayor)	84
2.4.3 Niveles de la participación	85
2.5 Las culturas populares y la participación	87
2.5.1 Los sectores populares	87
2.5.2 Las culturas populares	90
Capítulo 3	
Canales regionales	95
3.1 Teleantioquia	95
3.1.1 Antecedentes	95
3.1.2 La realidad de Teleantioquia en el presente	97
3.1.3 La participación en Teleantioquia	104
3.2 Telecaribe. El canal del caribe colombiano. Telecaribe: un puente de integración regional	106
3.2.1 Origen y desarrollo	107
3.2.2 Análisis estratégico	110
3.2.3 Programas y proyectos	113
3.3 Telepacífico	115
3.3.1 Definición	115
3.3.2 Organización del canal según sus estatutos	116
3.4 Telecafé	120
3.4.1 Programación	120
3.4.2 telecafé como alternativa cultural regional	122
3.4.3 Presente y futuro de Telecafé	124
3.4.4 Telecafé en el mundo de la televisión	126
3.5 Canal Capital	127
3.5.1 Aspectos generales	127
3.5.2 Objetivos del canal capital	129

Capítulo 4.	
Interpretación y análisis	133
4.1 Aspectos generales clasificatorios del total país	133
4.1.1 Datos sobre la población sexo, edad, y estado civil	133
4.1.2 Acceso y participación en medios de información	140
4.1.3 Sobre participación política y función social de los medios	153
4.2 Resultados en las ciudades. Los canales regionales	164
4.2.1 Medellín y Teleantioquia	164
4.2.2 Barranquilla y Telecaribe	185
4.2.3 Cali y Telepacífico	202
4.2.4 Manizales y Telecafé	218
4.2.5 Santafé de Bogotá y Canal Capital	238
Capítulo 5.	
Reflexiones finales	253
5.1 Validación de las hipótesis	253
5.2 Conclusiones	254
5.2.1 Condiciones de vida	254
5.2.2 La educación y la sociedad civil	254
5.2.3 Los aprendizajes y los medios	256
5.2.4 Participación en los medios informativos	258
5.2.5 Participación política	261
5.2.6 Función social de los medios masivos	264
5.2.7 Los medios regionales y comunitarios	265
5.3 Recomendaciones	267
5.3.1 A las secretarías de educación de los gobiernos distritales, de las ciudades y de los departamentos, lo mismo que al Ministerio de Educación	267
5.3.2 A los directores o presidentes de las programadoras o de los canales de televisión, de las emisoras o de las cadenas radiales, y a los directores de periódicos o de revistas	268
5.3.3 A los medios impresos	269
5.3.4 A los medios radiales	269
5.3.5 A los medios audiovisuales televisivos	270
5.3.6 A los ministerios de comunicaciones y cultural	270
5.3.7 A los partidos políticos e instituciones gubernamentales	270
5.3.8 A la sociedad civil colombiana	271
5.3.9 A la academia y facultades de comunicación	271
Investigadores	273
Bibliografía	277
Anexos	289

c. Síntesis del contenido, tomando como punto de partida el índice.

Este es un libro reporte de investigación, un trabajo que se realizó entre 1997 y 1998 en cinco ciudades colombianas, por cinco grupos de investigación de cinco facultades de comunicación, encabezado por la Doctora Gladis Daza Hernández, de la Universidad Minuto de Dios, en la ciudad de Bogotá. El trabajo explora el concepto de participación social en los medios masivos de difusión. El trabajo se enfoca en cinco medios en particular, los canales regionales de televisión Teleantioquia en Medellín, Telecaribe en Barranquilla, Telepacífico en Cali, Telecafé en Manizales, y Canal Capital en Santafé de Bogotá. El estudio parte de un objetivo general... "Determinar el grado de percepción de la participación real y potencial de la población urbana colombiana en los medios masivos de información, particularmente en los canales regionales de televisión, para contribuir al proceso de democratización de la información considerada como bien público." El libro propone como marco sociológico general para Colombia considerar al país como una sociedad de la exclusión, y por tanto puntualiza la urgencia de la participación ciudadana en todos los ámbitos de la acción. El libro presenta entonces el diseño general del trabajo, un marco conceptual que se organiza a desde los usos y apropiaciones de la tecnología de información y comunicación. Un capítulo sobre los cinco canales regionales estudiados en sus públicos. Y los capítulos finales de conclusiones y reflexiones finales. El texto se completa con la bibliografía utilizada y los anexos, el instrumento con el cual se realizó la encuesta, y la cartela de la programación de televisión nacional y regional.

d. Sugerencia: ¿cuál es la parte más importante?

El texto es la presentación de un estudio, por tanto cada parte tiene un componente de importancia respecto a la totalidad del conjunto. Para una lectura que sólo quiere mirar un fragmento los capítulos finales serían los sugeridos, los que presentan las conclusiones del trabajo y las reflexiones, en donde se incluyen las recomendaciones, características de un estudio que se pretende exploratorio, diagnóstico. Por otra parte, para un técnico quizás lo más interesante es el anexo que presenta al instrumento con el cual se realiza la encuesta, el cuestionario.

## **TERCERA PARTE: COMENTARIO**

### **5. Importancia teórica-conceptual del libro. Aportaciones de la obra a los estudios sobre comunicación y la comunicología.**

Los estudios con una presentación completa son muy escasos en nuestro medio editorial en español, y en el caso de la participación ciudadana en los medios de difusión la situación es más escasa aún. El libro es por tanto un texto extraño. Colombia es el país de América latina con mayor tensión en los últimos años hacia la participación ciudadana y hacia el desarrollo de lo regional y lo civil. Un país en guerra es un contexto único y experimental en muchos sentidos. La Mediología no se ha caracterizado por promover estudios sobre participación, aunque existen ensayos y artículos, de ahí la importancia del libro.

## **6. Importancia social (fama, presencia en el campo).**

Aquí el espacio industrial editorial vuelve a ser el problema, el libro fue editado por una universidad privada colombiana, y no ha tenido la distribución deseable en Colombia, y menos en el resto de América. Es un libro importante que necesitaría una mejor difusión y distribución. Son muy escasos los proyectos de colaboración de instituciones académicas de comunicación, en especial en investigación. Sólo por ese hecho el libro es un ejemplo y un acontecimiento histórico.

## **7. Ubicación del libro dentro de la obra del autor.**

Los autores del libro son investigadores colombianos de cinco universidades distintas. La responsable del proyecto, Gladys Daza ha publicado artículos sobre la televisión colombiana, es una experta en el tema. Los demás son en su mayoría docentes que van combinando sus labores básicas ante grupo con alguna actividad de investigación. Situación típica en nuestro medio, y con esas pocas condiciones pueden realizarse proyectos con resultados de buena calidad como este.