

ADRIANA RODRÍGUEZ S.
RICARDO RODRÍGUEZ Q.
MANUEL SEVILLA P.*



Biografía pública de la televisión en Cali según información de prensa (1954-1970)

Este artículo describe las tensiones y relaciones entre las esferas tecnológica, económica y política que configuran la biografía pública de la televisión en Cali (Colombia), entre los años de 1954 y 1970. El texto es resultado del análisis de información publicada diariamente en la prensa local durante este periodo, con énfasis en los campos de información noticiosa, opinión y publicidad. Se pretende contribuir al desarrollo de una historia social de los medios de comunicación en Colombia desde un contexto regional.

Palabras clave: Historia de la televisión, audiencias de televisión, televisión en Colombia, televisión en Cali, biografía pública de la televisión.

Recepción: 5 de octubre de 2005

Aceptación: 10 de noviembre de 2005

Public Biography of Television in Cali, as compiled from Press Reports (1954-1970)

This paper describes the tensions and relationships established between the technological, economic, and political realms as constituted by the public biography of television in the city of Cali, Colombia, from 1954 to 1970. The ideas here presented result from the analysis of data published in local daily newspapers throughout this period, with an emphasis on three kinds of items: news pieces, opinion columns, and advertising ads. The paper aims to contribute to the development of a social history of media in Colombia from a regional perspective.

Keywords: History of television, television audiences, television in Colombia, television in Cali, public biography of television.

Submission date: october 5th 2005

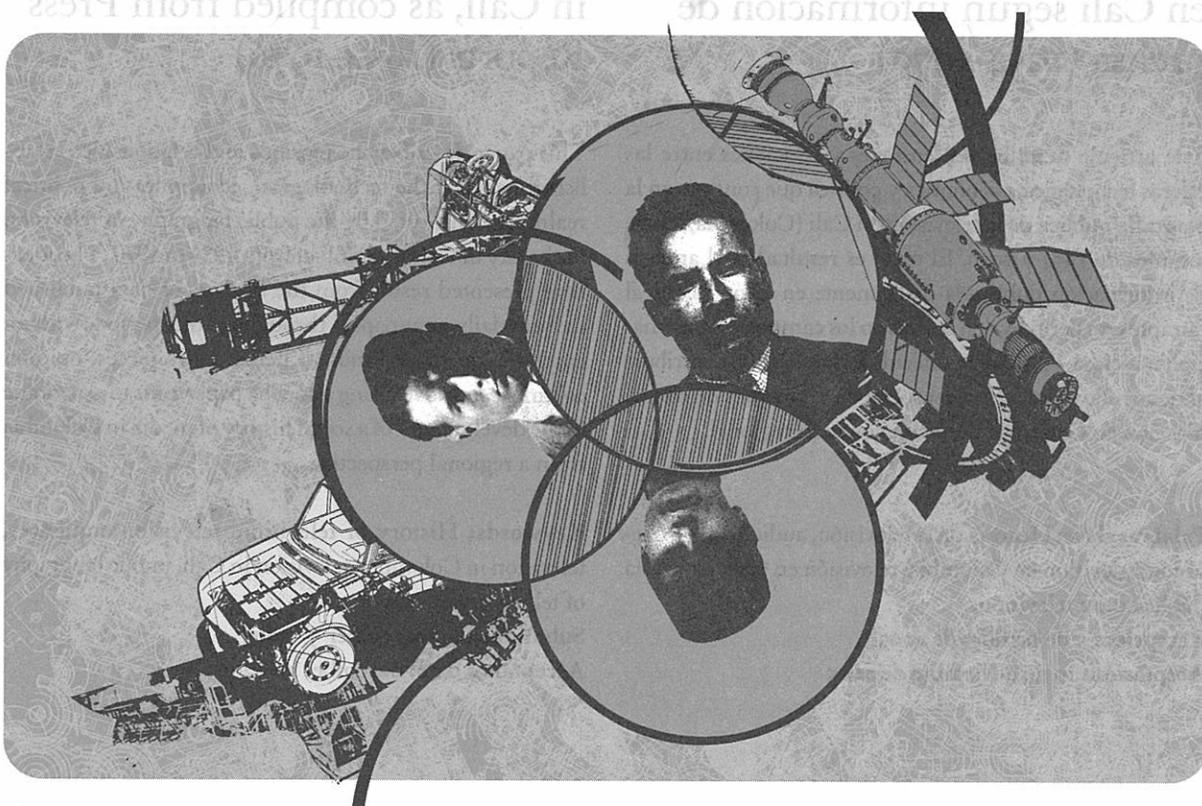
Acceptance date: november 10th 2005

* **Adriana Rodríguez Sánchez** es magíster en sociología. Especialista en teorías y métodos de la sociología de la Universidad del Valle y especialista en desarrollo intelectual y educación de la Universidad Santiago de Cali. Cursó comunicación social y periodismo y licenciatura en arte dramático en la Universidad del Valle. Correo electrónico: adrianarodriguez@puj.edu.co. **Ricardo Rodríguez Quintero** es comunicador social periodista de la Universidad del Valle y magíster en comunicación y diseño cultural de la misma universidad. Es profesor del Departamento de Ciencias Sociales de la Pontificia Universidad Javeriana Cali. Correo electrónico: ricardorq@puj.edu.co. **Manuel Enrique Sevilla Peñuela** es Ph.D. en antropología de la Universidad de Toronto y magíster en antropología social y cultural de la misma universidad. Cursó el pregrado en comunicación social y periodismo en la Universidad del Valle. Es profesor del Departamento de Ciencias Sociales de la Pontificia Universidad Javeriana de Cali. Correo electrónico: msevilla@puj.edu.co. Las ideas planteadas en este artículo son resultado parcial del proyecto de investigación "La domesticación de la pantalla: historia social de la televisión en Cali (1954-1970)", adelantado entre enero y diciembre de 2005, por profesores de la carrera de comunicación de la Pontificia Universidad Javeriana de Cali.

ADRIANA RODRÍGUEZ S.
RICARDO RODRÍGUEZ Q.
MANUEL SEVILLA P.

ADRIANA RODRÍGUEZ S.
RICARDO RODRÍGUEZ Q.
MANUEL SEVILLA P.

Biografía pública de la televisión en Cali según información de prensa (1954-1970)¹



Las ideas planteadas en este artículo son resultado parcial del proyecto de investigación “La domesticación de la pantalla: historia social de la televisión en Cali (1954-1970)”, adelantado entre enero y diciembre de 2005, por profesores de la carrera de Comunicación, de la Pontificia Universidad Javeriana de Cali.

El objetivo central del proyecto fue analizar los procesos de articulación de la televisión —en su dimensión material y simbólica— y la vida cotidiana de familias urbanas de distintos estratos socioeconómicos en Cali, entre 1954 (cuando aparece por primera vez una pantalla de televisión en Colombia) y 1970

1. Agradecimientos especiales al periódico *El País*, de Cali, por facilitar al equipo de investigación el acceso a sus archivos.

(cuando se consolida el modelo de financiación mixto estatal-privado y la televisión colombiana se conecta al sistema de transmisión satelital internacional).

En la primera parte del artículo se expone una síntesis de los aspectos conceptuales y metodológicos centrales; la segunda presenta los datos obtenidos en la revisión de prensa y, en la parte final, se elabora una serie de interpretaciones a propósito de la biografía pública de la televisión en Cali.

Aspectos conceptuales

El concepto de sistema teletecnológico

De acuerdo con el objetivo general de la investigación que enmarca el presente texto, se hace necesario asumir un concepto suficientemente complejo e incluyente que permita iniciar una biografía pública de la televisión a partir de información de prensa. Este concepto es el de *sistema teletecnológico*, propuesto por Silverstone (1994, pp. 137-177).

Para un argumento sobre la televisión en tanto tecnología, es decisiva su posición central en el sistema sociotécnico, un sistema tele-tecnológico (o, más precisamente, una serie de sistemas tele-tecnológicos que se superponen y modifican de continuo) [...]. Los inventos se insertan en sistemas tecnológicos, constituidos además por personas y organizaciones. Ver la tecnología como un sistema supone, ante todo, verla no sólo como un fenómeno material, sino también como un fenómeno social. Las relaciones entre objetos y artefactos; entre personas e instituciones; el poder del Estado y la política de las organizaciones; la inclusión de las relaciones sistémicas de la tecnología en un ámbito siempre vulnerable de estructuras sociales, políticas y económicas; todos estos elementos definen un marco desde donde surgen las nuevas tecnologías, se descartan las antiguas y se producen y consumen todas las tecnologías. (Silverstone, 1994, p. 145)

Adicionalmente, para el autor:

[...] Los sistemas [...] se mantienen unidos y en equilibrio sólo mientras prevalecen las condiciones correctas. Pero siempre existe la posibilidad potencial de que se disgreguen en sus partes. Los actores crean y mantienen los sistemas, y si no logran hacerlo, los sistemas en cuestión dejan de existir.

[...] El sistema tele-tecnológico consiste, pues, en una multiplicidad de relaciones construidas y reconstruidas psicodinámica y sociológicamente en los ambientes domésticos y suburbanos, cada uno de los cuales, a su modo, es sistémico. El sistema consiste en las interrelaciones entre artefactos (convergencias), las mediaciones (textualidades) y las regulaciones (controles) que definen las condiciones de su posibilidad como tecnología de la comunicación en la sociedad moderna. Consiste en la dinámica de consumo como proceso operacional de la modernidad, y se nutre de ella. Y es una creación de la audiencia televisiva, constituida en el punto de conjunción de tecnología y vida cotidiana, y la incorpora. (Mackenzie, citado en Silverstone, 1994, p. 146)

La interpretación de este concepto, a la luz de la información de prensa de la época, permite revelar la singularidad de los procesos biográficos de la televisión como tecnología en una región, con lo cual se muestra la multiplicidad de variaciones que estos procesos han tenido, cuando el punto de mira es desplazado desde posiciones centrales —la capital, la metrópoli, la cercanía a los procesos de institucionalización más poderosos— hacia los márgenes de la geografía política, económica y cultural de un país.

Domesticación de la televisión

Según Silverstone, la domesticación puede entenderse como un *proceso de apropiación* de las dimensiones material y simbólica de la televisión por parte de un grupo social. Eso significa que la televisión como artefacto tecnológico y los textos que ella transmite o pone en circulación se convierten en “objetos con connotaciones particulares” (Mackenzie, citado en Silverstone, 1994, p. 146).

El autor considera que la apropiación ocurre desde el momento en que se adquiere o compra una tecnología o un mensaje y se la separa con esta acción del *mundo de las mercancías* para convertirla en *propiedad de alguien*. Esto obliga a considerar que la domesticación implica un tránsito complejo, problemático y desigual de la esfera pública a la privada; desde el mercado hacia lo doméstico. En medio de ese tránsito se evidencia una tensión entre los discursos que sugieren la publicidad y el *marketing* para convertir la mercancía en un *objeto de posesión* y la posibilidad de transformar o reevaluar esos discursos por parte de los consumidores. Dicha tensión puede resolverse

de múltiples formas, unas guardan cercanía con los constreñimientos de la publicidad y otras se distancian de ellos, lo cual depende del tipo de recursos y competencias de los que disponen los consumidores.

La variedad de modalidades que puede asumir la domesticación lleva a caracterizarlo como un *proceso elástico* que puede ir “desde la incorporación completa, la aceptación renuente, la integración total o la marginalización” (Miller citado en Silverstone, 1994, p. 169).

Biografía pública

Con la noción de *biografía cultural de las cosas*, Kopytoff (1991, pp. 64-91) plantea que es posible interrogar los objetos por medio de un método biográfico para reconstruir o reinventar sus trayectorias, las historias de sus usos, la forma como son redefinidos, sus transformaciones y líneas de continuidad. No obstante, es necesario precisar que a pesar de las posibilidades que ofrece, este método tiene unos límites precisos dados por la naturaleza de los datos a los que accede y por sus estrategias de investigación. Esto hace que las biografías obtenidas siempre resulten parciales. En relación con los objetos, las biografías pueden ser entendidas desde tres dimensiones básicas: la económica, la técnica y la social.

La *económica* da cuenta de las transformaciones en su precio, en su valor, en la forma como participa del mercado, en sus devaluaciones o sobrecostos, en su relación con sus propietarios, como los aspectos más destacados. La *biografía técnica* se refiere a las trayectorias de su mantenimiento y sus reparaciones. La *biografía social* puede ser asumida a partir de

diferentes enfoques que pueden explorar aspectos estructurales sobre la posición de ese objeto en un grupo social o sus apropiaciones individuales.

En este caso interesa la *biografía social*, en particular lo que Silverstone (1994, pp. 176-177) denomina la *biografía pública*, y que relaciona con la dimensión filogenética de la domesticación, es decir, la historia de la tecnología en relación con las condiciones sociales, políticas y económicas estructurales que hicieron posible su aparición, difusión y posterior posicionamiento.

Aspectos metodológicos: periodización

Dada la enorme cantidad de información susceptible de ser utilizada para la elaboración de una biografía pública de la televisión en Cali, este estudio privilegia tres enfoques que ayudan a acotar y categorizar ese corpus.

Un primer enfoque está relacionado con el tipo de fuentes seleccionadas. Entre las fuentes posibles (documentos de administración pública, piezas radiales, estudios académicos) se optó por las notas de prensa, dada una serie de ventajas que ellas ofrecían: variedad de formatos y discursos frente al tema de la televisión, continuidad y accesibilidad. Durante el estudio se revisaron las ediciones completas de los diarios locales *El Relator* (1954 a 1959) y *El País* (1960 a 1962, 1965 a 1966 y 1969 a 1970).

El primero, es un diario de filiación liberal que circuló hasta 1959. El segundo, un diario de filiación conservadora, fundado en 1950; en la actualidad, es el principal medio impreso del suroccidente colombiano².

Un segundo enfoque está relacionado con la organización de esta información para su análisis, específicamente con la periodización empleada. Como lo señala Fabio López (2003, pp. 368-376), existen algunos trabajos que han arrojado información valiosa sobre este proceso, como el de Vizcaino (1992 y 1994) y Rey (2002, pp. 117-162). Sin embargo, la historia de la construcción de las audiencias televisivas es abordada tangencialmente. Aún no son claros los procesos por medio de los cuales este medio se fue incorporando a los espacios domésticos; cómo entró a la sala, los usos que se privilegiaron de la televisión y la posterior transformación de los mismos en el país. Por lo tanto, el presente estudio toma en cuenta, además de los hitos técnicos considerados con frecuencia, las condiciones sociales, económicas y políticas de la ciudad. En este

2. Se anticipó que el hecho de que cada periódico fuera de origen político distinto podía incidir, de alguna manera, en la orientación de las informaciones sobre la televisión. Si bien esto se pudo observar en ciertos casos (ver la crítica de *El Relator* hacia el uso de la televisión como una herramienta ideológica por parte del gobierno de Rojas), se hace necesario un estudio específico desde esta perspectiva para proporcionar resultados concluyentes al respecto.

sentido, se emplea aquí la periodización socioeconómica propuesta por Vásquez (2001), quien identifica tres grandes fases en relación con el crecimiento industrial de Cali, así como las nociones sobre la primera y segunda masificación y sus relaciones con el uso político de los medios, planteadas por Martín-Barbero (citado en López, 1996).

Un tercer enfoque, que complementa el anterior, se basa en la periodización del desarrollo de la televisión propuesta por Faus Belau (1980). Este autor combina una mirada a los avances técnicos, con cambios en la calidad y tipo de programación y la consolidación paulatina de las audiencias. La Tabla 1 presenta las síntesis y convergencias de estas periodizaciones.

TABLA 1. Periodización para análisis de prensa sobre televisión en Cali

Periodo de análisis	Años	Aspectos económicos, políticos y culturales	Aspectos técnicos, calidad de programación y audiencias	Periodos presidenciales
Primer periodo	1944-1955	Crecimiento industrial de la ciudad. Reconocimientos entre medios de comunicación y masas populares. Preponderancia del uso político de los medios	Fenómeno nacional. Extensión y expansión de cobertura. Escasez de dominio técnico: poca calidad de contenidos. Desarrollo paralelo de contenidos a escala cuantitativa, pero no a escala cualitativa ni expresiva. Progresivo acceso conduce al estudio del nivel de recepción masiva y simultánea	República liberal (1930-1946). Mariano Ospina (1946-1945) (Gaitanismo 1945-1948) Laureano Gómez (1950-1953). Gustavo Rojas (1953-1957). Junta Militar (1957-1958).
	1956-1960	Estabilización del ritmo de crecimiento industrial		Alberto Lleras (1958-1962). Guillermo Valencia (1962-1966). Carlos Lleras (1966-1970).
Segundo periodo	1958-1970	Desaceleración económica. Visión tecnocrática sobre la sociedad. Incitación al consumo. El dispositivo económico se apropia de los medios		

Fuente: adaptado de Faus Belau (1980)

Presentación de los datos

Información general sobre la televisión en la prensa de Cali

Por información general, se entiende la *información noticiosa sobre la televisión*, o relacionada con ella,

-
3. Para esta investigación se realizó una revisión, clasificación y análisis de todos los artículos de opinión, anuncios publicitarios e información noticiosa sobre televisión publicados en el periódico *El Relator*, durante los años 1954, 1955, 1956, 1957, 1958, 1959, y el periódico *El País*, en los años 1960, 1961, 1962, 1963, 1965, 1966, 1969 y 1970. En total fueron revisadas 4.745 ediciones, página por página, lo cual arrojó un total de 3.057 piezas de información.

diferente de la opinión editorial y de la publicidad sobre el medio. Se registraron 321 datos o noticias de prensa de los ejemplares publicados en 13 años, de los cuales 131 (41%) se originan en *El Relator* y 188 (59%) en *El País*. Se ha privilegiado una perspectiva interpretativa que pueda ubicar significados en y para el contexto histórico de Cali en la segunda mitad de la década del cincuenta y toda la del sesenta. Esta tarea se dificultó en la medida en que buena parte de la información tiene origen nacional o internacional. Las piezas de información general se organizaron en las siguientes 15 categorías: anuncio de llegada de la televisión a Cali, desarrollo técnico, cambios simbólicos en los usos de la televisión, instalación de la televisión en Cali, usos políticos de la televisión, electrificación, modernización

tecnológica llega a Cali, desarrollo de la infraestructura regional —distinta a la electrificación—, legislación de la televisión, desarrollo de la televisión comercial, Iglesia y moral religiosa, crítica ética a la televisión, Cali en la televisión, anécdotas locales y otras ofertas culturales.

Los principales ámbitos donde se origina el total de la información son los siguientes: 115 datos (35,8%) provienen de Estados Unidos y otros países, principalmente desarrollados; 97 (30,2%) de Cali; 92 (28,7%) de Colombia y 17 (5,3%) son regionales (Valle del Cauca y suroccidente colombiano). La Tabla 2 muestra las cifras sobre las nueve categorías seleccionadas finalmente para este análisis, por presentar una mayor frecuencia y por su significación para la biografía pública.

TABLA 2. Información general sobre tv en la prensa de Cali (1954-1970)

%	Año	Destecni	Simbol	Instatv	Usopoli	Electri	Calimod	Legisla	Descomer	Calientv	Otras
3.4	1954	2	—	2	—	2	3	—	—	—	5
4.8	1955	6	3	4	1	5	1	—	1	1	2
7.0	1956	8	1	10	1	1	1	—	—	6	8
4.4	1957	2	2	2	—	—	—	2	4	4	4
2.8	1958	1	3	—	—	—	—	3	2	1	1
4.4	1959	5	4	3	—	—	—	4	—	—	1
20.8	1960	6	1	5	9	2	2	1	3	—	2
11	1961	3	2	3	—	—	1	1	2	—	3
11	1962	8	9	3	—	—	1	3	1	—	9
—	1964	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
8.8	1965	1	—	2	—	—	—	2	—	1	6
4.6	1966	1	—	2	—	—	—	—	—	1	2
8.6	1969	9	3	4	—	—	—	—	—	5	9
8.2	1970	2	3	6	—	—	4	—	—	6	10
TOTAL		54	31	46	11	10	13	16	13	25	59

Fuente: elaboración propia.

Como se observa, a partir de 1960 se incrementa la información general sobre la televisión, especialmente en cuanto a su desarrollo técnico mundial y local, a los nuevos descubrimientos alrededor de la televisión y a la instalación del sistema en Cali y el resto del país, categorías noticiosas que ya son notorias desde el primer periodo. Esto coincide cronológicamente con el inicio del segundo periodo estudiado: cuando culmina una etapa de auge industrializador, se inicia un proceso

de desaceleración económica en la región y empieza a configurarse una “segunda masificación” ligada al consumismo y a perspectivas tecnocráticas sobre la sociedad (Martín-Barbero, citado en López, 1996, p. 92).

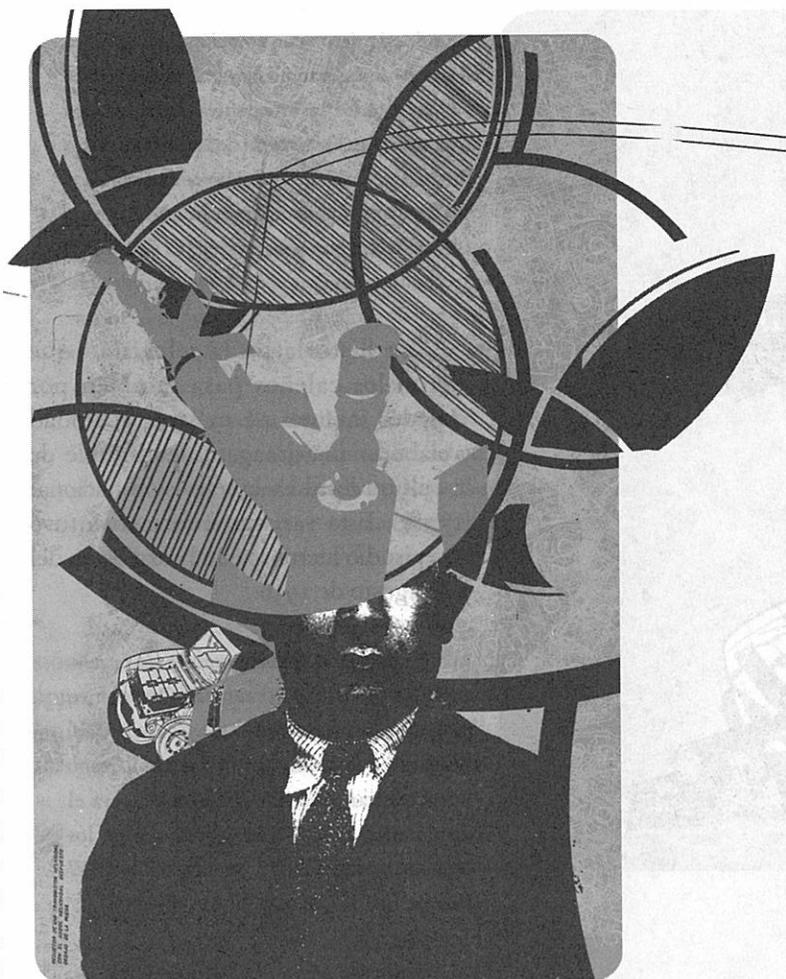
El relato noticioso sobre el desarrollo técnico de la televisión en el mundo y en la ciudad es reeditado con mayor frecuencia (38,3%) que las otras categorías, seguido muy de cerca por las incidencias del proceso de instalación de la televisión para Cali (32,6%). El desarrollo técnico se refiere a la paulatina ampliación



de cobertura hacia las diversas regiones del país, al difícil ajuste del sistema de repetición de la señal y a la importación y venta a crédito de televisores por parte del Estado. Es notoria la atención a las innovaciones en la aplicación de la televisión realizadas en Estados Unidos y el mundo desarrollado.

Por otro lado, la información permite hablar de un prolongado proceso de instalación de la televisión en Cali, evidente en el rezago y las penurias de técnicos y televidentes, situaciones altamente contrastantes con las noticias extranjeras sobre la televisión en color y la transmisión vía satélite, que podrían haber generado en la ciudad posiciones encontradas de escepticismo y emoción respecto de la novedad tecnológica, apaciguadas en la medida en que el sistema fue consolidándose. Algunos titulares ilustrativos son: (1955) “450 mil dólares para cinco mil receptores de tv” (*El Relator*, 1955, 23 de febrero, p. 10); (1955) “La tv en colores se muestra al público ahora” (*El Relator*, 1955a, 25 de marzo, p. 9); (1955) “Para junio habrá en el Valle tv total” (*El Relator*, 1955b, 2 de abril, p. 1); (1956) “Poderosa será la televisora que tendrá la ciudad” (*El Relator*, 1956, 23 de mayo); (1956) “A las 5 p. m. se inaugura la tv en esta ciudad” (*El Relator*, 1956a, 6 de junio, p. 2); (1957) “Que se informe sobre anomalías en la tv piden los televidentes” (*El Relator*, 1957, 12 de enero, p. 10); (1959) “Televisión vía la luna” (*El Relator*, 1959, 17 de mayo, p. 5); (1960) “Casas importadoras de televisores denuncian aumento de deficiencias en la TV para Cali” (*El País*, 1960, 26 de julio, p. 5); (1962) “Graves fallas en la tv” (*El País*, 1962, 14 de octubre, p. 9); (1966) “En tiempo récord quedó construida carretera para nuevo transmisor de tv” (*El País*, 1966, 26 de junio, p. 2); (1969) “INRAVISIÓN instalará televisores en barrios pobres de Cali” (*El País*, 1969, 8 de mayo, p. 1); (1970) “Los VI Juegos Panamericanos serán transmitidos al mundo entero vía satélite” (*El País*, 1969, 8 de mayo p. 1).

Con menor frecuencia aparecen las noticias, principalmente de origen internacional, sobre las innovaciones técnicas y cambios en la aplicación de la televisión y los consecuentes efectos sobre la percepción del medio y del mundo por parte de las audiencias televisivas, según la prensa (22%). La diversa información de prensa en esta categoría deja entrever la posición de la televisión entre lo público y lo privado, objeto de una dinámica oscilante entre la paulatina invisibilización del medio en la rutina y la resonante exaltación de sus nuevos logros. Los ejemplos son:



[1955] rlv triunfa en los Estados Unidos. (*El Relator*, 1955, 22 de abril, p. 9)

[...]

[1958] La Televisora filmará la primera feria de Puerto Merizalde el 28. La Televisora Nacional colombiana desplazará personal técnico para filmar los actos inaugurales de la primera feria exposición del litoral pacífico que se llevará a cabo en Puerto Merizalde. (*El Relator*, 1958, 20 de junio, p. 3)

[...]

[1961] Suramericana de Seguros le ofrece su Noticiero Suramericana: Reportajes de las últimas noticias internacionales suministrados por la United Press International. Sintonícelo todos los días a las 9:00 p. m. de lunes a viernes. (*El País*, 1961, 9 de enero, p. 1)

[...]

[1969] El lanzamiento de la Apollo 11 paralizó ayer a Cali. En las primeras horas de la mañana las gentes de Cali, al igual que las de todo el país y gran parte del

mundo, siguieron con emoción y expectativa a través de las pantallas o las transmisiones radiales, todas las incidencias del histórico disparo al satélite natural de la tierra. Fueron pocos los empleados y obreros oficiales o particulares que cumplieron sus horarios de trabajo en las horas matinales. (*El País*, 1969, 17 de julio, p. 12)

La historia de la televisión que vieron los caleños pasa también por variados intentos de mostrar la ciudad y elaborar una imagen identificable de la cultura local en la televisión nacional (17,7%). Esta variante informativa tuvo un episodio luctuoso con la explosión del 7 de agosto de 1956.

[1956] *Para la inauguración de la televisión en Cali preparan material.* Con motivo de la inauguración de la televisión en Cali, Bernardo Romero Lozano y Samuel Lozano se encuentran haciendo unas tomas para el documental que se va a realizar sobre los aspectos artísticos del departamento. (*El Relator*, 1956, 11 de mayo)

[...]

[1956] *1.500 muertos según la Televisora Nacional.*

La Televisora Nacional trabajó desde las 4:00 de la tarde hasta las 12:00 de la noche en una labor de movilización de las gentes para el auxilio del pueblo colombiano. En las transmisiones de las 8:00 p. m. informó que el número de muertos podría estimarse en 1.500 (*El Relator*, 1956, 9 de agosto, p. 1).

[...]

[Explosión del 7 de agosto en Cali]

[1958] Mireya Arboleda en la Televisora Nacional.

Un acontecimiento de gran calidad artística se presentará por la Televisora Nacional. La pianista caleña Mireya Arboleda estará tocando para todos los televidentes a las 8:00 p. m. del día de hoy (*El Relator*, 1958, 19 de noviembre, p. 8).

[...]

[1969] Mucha expectativa e interés ha causado el

programa de la Televisora Nacional que se realiza los domingos, titulado "20 mil pesos por su respuesta" y en el cual desde el 5 de febrero pasado viene tomando parte un caleño raizal con el tema "El Mariscal Rommel, su vida y su época". (*El País*, 1969, 24 de febrero, p. 7)

También es preponderante la información sobre aspectos legislativos de la televisión colombiana (11,3%). En los años de transición entre uno y otro periodo estudiado se destaca la tensión entre el desarrollo de la televisión comercial y el marco normativo que finalmente declina su carácter estatal inicial para abrir el espectro a la inversión privada, y contribuir, entre otros procesos, a la secularización de los mundos simbólicos vehiculada a través de los medios masivos de comunicación.

[1957] La tv va a ser reorganizada. El ministro de comunicaciones Mayor General Pedro Muñoz maneja la posibilidad de reorganizar totalmente el servicio de televisión. En la actualidad y desde su fundación la Televisora funciona en un 70% en transmisiones oficiales y un 30% en emisiones comerciales. El ministro proyecta invertir esta situación.⁴

[...]

[1962] La comercialización total de los servicios de la televisión colombiana fue recomendada al gobierno por una comisión de expertos en medios audiovisuales. Mientras tanto el estatuto de radiocomunicaciones permanece estancado. (*El País*, 1962, 5 de enero, pp. 3 y 19)

[...]

[1965] Suspenden los programas políticos en la televisión. Fue aprobada la programación para 1965, en la cual se suspendieron los programas periodísticos y los calificados como "políticos". (*El Relator*, 1954, 11 de septiembre, p. 3)

Con frecuencia similar aparecen informaciones sobre una parte singular del proceso de modernización en Cali: la tecnologización del entorno cotidiano (9,2%).

[1954] Calipuerto tendrá servicio de Marconi y telégrafo. (*El Relator*, 1954, 11 de septiembre, p. 14)

[...]

[1955] Planta, tv y radio tendrían escuelas del país.⁵

.....

4. Un mes después de la caída del régimen de Gustavo Rojas Pinilla (*El Relator*, 1957, 15 de junio de 1957, p. 11).

5. El gobierno tiene un plan cuyo fin es construir una escuela tipo

[...]

[1960] Se hace necesaria la importación de cables eléctricos y demás artículos relacionados, por la mala calidad y capacidad de los producidos en Colombia. No se puede estar beneficiando a unos pocos cuando son más los perjudicados. Esa es la parte negativa del nacionalismo. (*El País*, 1960, 26 de julio, p. 4)

[...]

[1970] Paso a paso siguió América Latina la hazaña (*El País*, 1970, 18 de abril).⁶

Un porcentaje similar al anterior encontramos en la información sobre el paulatino desarrollo de la televisión comercial en Colombia (9,2%), que, como se afirmó, fue un proceso muy ligado al debate legal y político sobre el medio, principalmente entre 1957 y 1962, con el referente principal del estatuto de radio y televisión.

[1959] Normas para la venta de la tv fijó el gobierno. En el último consejo de ministros se fijaron los criterios de venta de los equipos de radio y televisión nacionales. La Secretaría de Prensa dijo que el gobierno esperará alguna propuesta de compra por parte de particulares. (*El Relator*, 1959, 3 de febrero)

[...]

[1962] Niegan concesión de canales de tv a los particulares. El proyecto de ley que acoge una reglamentación completa de radio y televisión entró nuevamente en discusión al presentar ponencia negativa a la concesión de canales de televisión a particulares. (*El País*, 1962, 17 de octubre, pp. 1 y 22).

En cuanto a la información acerca de los usos políticos de la televisión (7,8%), se aprecia un variado repertorio de hechos ilustrativos de la instrumentalización del medio con fines políticos y de control social. Desde la inauguración apurada y el uso infortunado de la televisión por Rojas Pinilla, hasta la elección presidencial televisada de 1970, pasando por la censura preventiva aplicada en defensa de la cohesión social, según sus autores, y por las huelgas de los artistas agremiados. Algunos ejemplos ilustrativos son:

[1955] Beneficios de la tv para toda la nación. El presidente [Rojas] en su alocución de año nuevo anunció la extensión por todo el territorio nacional de los beneficios de la TV, de los que solamente gozan Bogotá, Medellín y Manizales. (*El Relator*, 1955, 25 de febrero, p. 9)

[...]

[1960] El ministro de comunicaciones ha cancelado el programa "Qué pasa en Colombia" dirigido por Alberto Zalamea, debido a que, según dice, los organismos semioficiales, tales como la Televisora Nacional, no pueden ser usados para hacer afirmaciones que impliquen polémicas entre particulares. Añadió que no se quiso violar la libertad de expresión. Por cualquier otro medio no oficial se pueden hacer las declaraciones que se crean convenientes. (*El País*, 1960, 23 de junio, pp. 1 y 27).

[...]

[1960] Fue clausurada la Televisora Nacional indefinidamente por el gobierno nacional, al tomar un giro inesperado el problema laboral que explotó hace cinco días con los artistas y cantantes. (*El País*, 1960, 18 de abril, p. 23)

Finalmente, se privilegió la temática de la expansión de las redes eléctricas (7,1%) por su frecuente aparición en el medio impreso, pero, sobre todo, por su implicación estructural en el desarrollo o estancamiento de una tecnología como la televisión.

[1954] A punto de solucionarse el problema eléctrico en Cali. (*El Relator*, 1954, 17 de septiembre, p. 11)

[...]

[1955] La verdad sobre Anchicayá. (*El Relator*, 1955, 21 de mayo)

[...]

[1960] Las Empresas Municipales en el progreso de Cali. La ciudad de Cali crece a paso acelerado y con ella las necesidades de energía, acueducto, teléfonos y plazas de mercado. La demanda de energía para Cali en 1969 superó los 55 mil kw. El plan de ensanche comprende la construcción de dos nuevas subestaciones principales y la ampliación de otras tres existentes. (*El País*, 1960, 8 de mayo, p. 9)

.....

rural a partir de octubre en la zona suroccidental del país. El proyecto consistiría en una planta eléctrica con sus respectivos aparatos de parlante, TV y radio.

6. La información se refiere al amaraje, sanos y salvos, de los tripulantes de la accidentada misión Apolo XIII que regresaba de la Luna.



Los datos en cada categoría permiten identificar años o momentos en que determinadas temáticas o fenómenos adquieren fuerza, de acuerdo con su frecuencia, pero, principalmente, por sus incidencias en los procesos de configuración y transformación del sistema teletecnológico visto desde Cali. Esto es, las relaciones y tensiones entre protagonistas, coyunturas, eventos, valoraciones, significados, efectos sociales de naturaleza económica, política, cultural y tecnológica. Esta filigrana también se evidencia y se enriquece en el entrecruce con los otros dos campos de análisis de este estudio (la opinión editorial y las piezas publicitarias).

Piezas de opinión sobre la televisión en la prensa de Cali

Durante el periodo estudiado se encontraron 192 piezas de opinión: 14 (7,3%) de *El Relator* (1954-1959) y 178 (92,7%) de *El País* (1960-1970). Con respecto al lugar de publicación dentro del cuerpo del diario, un 43,8% aparece publicado en las páginas editoriales, 14,6% en la sección femenina y 23,9 % en *secciones especializadas* en crítica de televisión, como “tv comentarios” (23,4 %) y “tv y no tv”, de *El País* (0,5%). A partir de esta revisión se construyeron las siguientes categorías que permitieron agrupar por temas las piezas encontradas: problemas técnicos (artículos sobre fallas en instalación y emisión de la televisión en Cali), crítica a la programación (piezas donde se hace una valoración negativa de los formatos, géneros, lenguajes, temas o

contenidos de los programas de televisión), comentarios sobre la programación (análisis de un tema o de un programa sin el tinte negativo de la categoría anterior), crítica sobre uso político o económico de la televisión (pronunciamientos en contra de la forma como el Estado o los actores políticos específicos participan y se benefician de la televisión en su dimensión material o simbólica), televisión educativa (examinan la función de la televisión educativa), cine (analizan el funcionamiento de la industria cinematográfica en Colombia y otros países), la televisión en otros países (opiniones sobre la industria de la televisión y su programación en otros países), radio (pronunciamientos sobre la industria radiofónica local o nacional), prensa (pronunciamientos sobre la prensa local o nacional), Cali en televisión (comentarios sobre la aparición de la ciudad o personajes caleños en los programas de la Televisora Nacional), logros de la televisión (artículos en los que se destaca el avance de la industria de la televisión o de su programación).

La distribución de estas piezas por frecuencia en cada año se registra en la Tabla 3.

TABLA 3. Piezas de opinión sobre la televisión en la prensa de Cali (1954-1970)

%	Año	Protecni	Crititema	Cometema	Critipoli	CalITV	Logros	Otras
1,6	1954	2	—	—	1	—	—	—
0,5	1955	1	—	—	—	—	—	—
1,6	1956	3	—	—	—	—	—	—
2,1	1957	—	2	—	1	—	—	1
1,0	1958	—	—	—	1	—	—	2
0,5	1959	—	1	—	—	—	—	—
0,5	1960	—	—	—	—	—	—	1
0,5	1962	—	1	—	—	—	—	—
1,6	1966	—	—	—	2	—	—	1
29,2	1969	2	19	4	4	3	5	20
60,9	1970	1	32	14	17	7	4	47
TOTAL		9	55	18	26	10	9	72

Fuente: elaboración propia.

Como puede observarse, los porcentajes más altos los ocupan las categorías de crítica a la programación (“Crititema”) (28,6%), crítica sobre el uso político o económico de la televisión (“Critipoli”) (13,5%) y comentarios sobre la televisión (“Cometema”) (9,4%); por ello, en esta parte se aludirá especialmente a estas tres categorías. A continuación se examina el comportamiento de las mismas en los periodos establecidos.

Opinión entre 1954 y 1959

En el primer periodo resultan relevantes las categorías de crítica a la programación, crítica sobre el uso político y económico y problemas técnicos (Protecni).

En las primeras categorías mencionadas se ubica como hecho significativo el que se publiquen después de la caída del general Rojas Pinilla. En ese momento la prensa local se manifiesta contra la forma como se ha manejado la televisión y el tipo de programas emitidos y aboga por “desoficializar” la televisión, por convertirla en una empresa comercial de particulares. Antes de esa fecha la prensa local no había emitido opiniones sobre este tema.

No hay duda de que el pensamiento que impuso la televisión en Colombia fue exclusivamente megalómano; por otro lado, el voluminoso costo de sus instalaciones con televisores y técnicos fue hecho de tentación para conjugar la apetecida música del serrucho tan de moda en los sanedrines de una dictadura. Con esas voluminosas inversiones se habría podido enfrentar las deficiencias de la lánguida enseñanza primaria [...] La cultura pública no está experimentando mayores beneficios por lo que se televisa. (*El Relator*, 1957, 22 de agosto, p. 4)

[...] La televisión en Colombia tiene mínima y deplorable historia. Fue organizada a expensas del tesoro público para ponerla al servicio de los fines proselitistas del dictador que usó y abusó de ella sin límites ni medidas y con un sentido vulgar de plaza de mercado. (*El Relator*, 1957, 26 de agosto, p. 4)

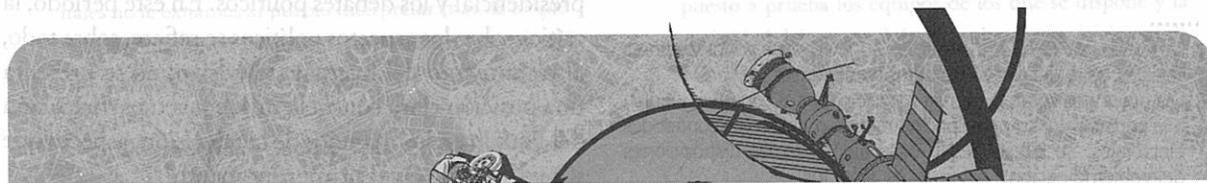
[...] La dictadura se inventó la frase: la era del hombre colombiano. [...] La frase fue repetida los mil trescientos días que la dictadura duró. Fue escrita en muros y papeles, grabada en tintas de todos los colores, martillados en el indefenso oído de los ciudadanos a través de la tortura de la radio y la televisión. Pero era tan imbécil, tan contraria a la realidad que nadie la creyó, ni siquiera la encargada de distribuirla. (*El Relator*, 1958, 24 de marzo, p. 4)

[...] El superorganismo de publicidad fue la Televisora Nacional. Sus canales llevaron de continuo la figura empuñada del dictador y de sus agentes, en un afán de lograr por medio de la titilante imagen aquello que jamás consiguieron a través de la prensa oficial y oficiosa. (*El Relator*, 1957, 30 de noviembre)

En la categoría de problemas técnicos, la opinión se refiere a dos momentos, el primero, después de la inauguración de la televisión en Bogotá y Manizales, el 13 de junio de 1954 y, el segundo, posterior a la inauguración en Cali, el 13 de junio de 1956. En el primer momento, la prensa reclama por la tardanza de la llegada de la televisión y, en el segundo, por las continuas fallas técnicas, queja que estará presente hasta finales de los años sesenta.

El anuncio de que desde mañana a las doce y veinte del día tendrán Cali, el Valle del Cauca y regiones circunvecinas servicio normal de televisión, llenará sin duda de júbilo a las gentes de esta comarca que injustificadamente ha carecido de tal ventaja técnica mientras otras secciones del país con menos recursos económicos potenciales y en desarrollo la disfrutan hace algún tiempo. (*El Relator*, 1956, 12 de junio, p. 4)

[...] Hace por lo menos quince días el servicio de tv en Cali es prácticamente nulo. Las interferencias son continuas, las imágenes se desvanecen y su percepción se torna en veces imposible. No es factible atribuir estas anomalías a fenómenos atmosféricos o a otras causas naturales. Todo parece indicar que el mal radica en



serias deficiencias técnicas, posiblemente ubicadas en la estación repetidora de La Horqueta, que aún no han sido reparadas.

En Cali hay no menos de 40.000 televidentes en los hogares o en sitios de aglomeración de gentes, que se sienten inconformes con el pésimo servicio de televisión que hoy se presta en la ciudad. Hubo muchas personas que este año invirtieron sus primas navideñas en la compra de uno de esos aparatos. A esta hora deben de estar renegando de esa inversión, por no haber sido previamente advertidas de la ineficiencia actual del servicio que tan ávidamente desean obtener. Con ello no sólo se perjudican los televidentes sino también las firmas distribuidoras de tales implementos. (*El Relator*, 1956, 21 de diciembre, p. 4)

Opinión entre 1960 y 1970

En el segundo periodo sobresalen tres categorías: crítica a la programación, crítica por uso político y económico y comentarios sobre televisión.

En la crítica a la programación se establece una línea de continuidad con el tono que asumió la prensa en la primera fase de la televisión. Se plantea que la televisión es monótona y repetitiva. Ella recurre a los mismos formatos, géneros y protagonistas.

La gente espera ver caras nuevas en el canal oficial, porque se ha vuelto insoportable la imagen de los mismos animadores. Eso para no hablar de los empleados oficiales llamados a entrevistas periodísticas. (*El País*, 1969, 12 de enero, p. 4)

[...]

Paso a paso se va completando la programación del canal: "Teleadicto", programa de teleteatro, "Buenas noches domingo", adaptaciones de comedias, teatro cómico. Como se puede apreciar, tenemos que la tortuga es más dinámica que la nueva programación del canal nacional. (*El País*, 1970, 31 de enero, p. 14)

[...]

De igual forma se considera que la calidad de los programas es deficiente.

.....

7. La telenovela *Candó*, a pesar de su éxito en algunos sectores sociales, salió del aire algún tiempo después.
8. Las opiniones sobre la prensa y la radio, por el contrario, aludían a la censura y a su participación directa o no en las contiendas electorales. Se cuestionaban o se alentaban las disposiciones del gobierno nacional sobre estos aspectos.

De los programas musicales no hemos hablado últimamente. ¿Para qué? Sí hay cosas buenas, pero de pronto se ve a un cantante que toca una guitarra y se oyen saxos y violines. Salen a bailar unas parejas y cada uno hace lo que le da la real gana. ¿Para qué? (*El País*, 1970, 6 de marzo, p. 14)

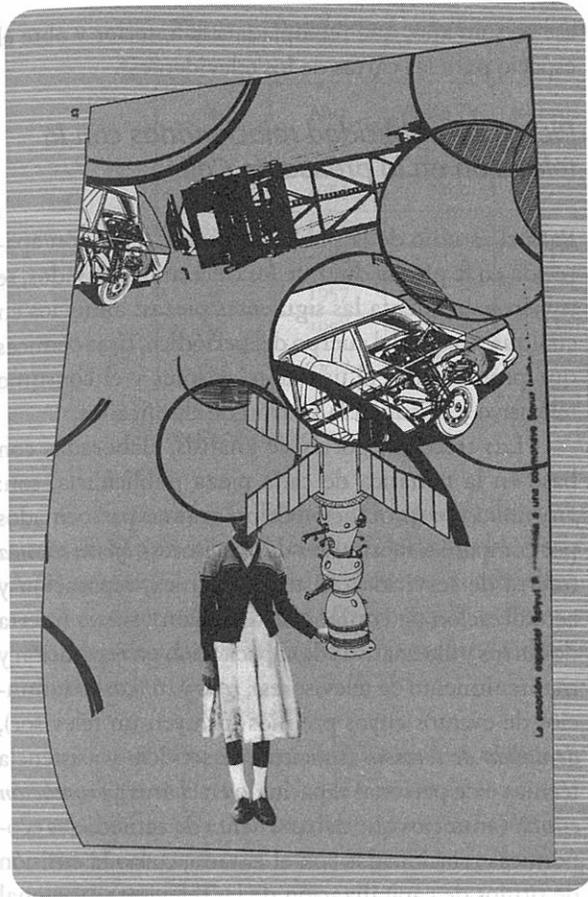
En último lugar, se considera que la televisión no cumple una función social adecuada. En opinión de la prensa, la televisión "embrutece" y uno de los géneros televisivos más criticados por esta razón resulta siendo la telenovela, en especial *Candó* y *Simplemente María*.

Las telenovelas. No ha sido atendida la campaña hecha por la prensa para que en alguna forma se dignifiquen los folletines de las telenovelas que constituyen una cátedra al mal gusto literario, de pasiones baratas, desborde de cursilería y ramplonismo. No hay en esas obras atractivo cultural, ni nociones formativas de la personalidad de los teleoyentes. Ahora mismo se está transmitiendo la telenovela "Candó", cuyo morboso argumento contiene tres (por lo menos) asesinatos, casos de extorsión, secuestro, contrabando de oro, flagelación a los negros, líos de faldas, borracheras, etc. Este es el resumen de "Candó", telenovela que un canal cultural oficial está ofreciendo a los colombianos. (*El País*, 1970, 28 de abril, p. 4)⁷

[...]

Que censuren a la televisión. La Televisora Nacional se ha dicho muchas veces no cumple con la función que le corresponde. Lejos de elevar el nivel cultural de las gentes parece que se hubiera trazado el propósito de embrutecerlos. Eso se piensa cuando se siguen los episodios de las series gringas y de las llamadas telenovelas. La programación de la Televisora requiere una drástica censura. (*El País*, 1970, 31 de octubre, p. 11)

En relación con la crítica al uso político y económico de la televisión se observa que desde la prensa se cuestiona la aparición constante de los ministros de la época, la baja calidad de tratamiento de los eventos políticos del momento, como las elecciones, la posesión presidencial y los debates políticos. En este periodo, la crítica sobre los aspectos políticos se refiere, sobre todo, al tratamiento del lenguaje televisivo; no se presenta una posición clara contra la influencia o participación del Estado en los manejos de la televisión, aspecto que sí se privilegió en el primer momento⁸.



La Televisora Nacional con 15 años auestas, no tiene derecho a improvisar en materia tan delicada como los informes sobre las actividades del presidente de la República. De unos días para acá anda transmitiendo unos especiales que no se vieron ni en la época en que la televisión daba sus primeros pasos. Qué imagen, qué textos, qué música, qué falta de técnica en el documental. (*El País*, 1970, 10 de noviembre, p. 4)

[...]

Las televisadas entrevistas con ministros, funcionarios de gobierno o industriales, se desarrollan en un idioma que solo lo traducen los personajes que actúan en las discusiones que anteceden a la aprobación de un negocio, pero el televidente del montón, ese que no sabe nada de aranceles, puntos andinos, trueque, se queda en la luna. Si carecemos de elementales normas educacionales no le exijamos al pueblo interpretar más de lo que escasamente lee en las páginas rojas de los diarios. (*El País*, 1970, 13 de noviembre, p. 4)

[...]

En la Televisora Nacional tiene el gobierno central un estupendo vehículo de comunicación con la opinión

pública. Sin embargo, no la aprovecha en la forma debida, y cuando lo hace, los programas dejan mucho qué desear.

Ante todo la presentación monótona de los temas. En segundo lugar porque no se relevan los personajes que hacen noticia. Tal parece que no hubiera otros funcionarios para esbozar distintos proyectos. Hay ministros que están copando más tiempo en la televisión que doña Gloria Valencia o Pacheco, lo cual es mucho decir. (*El País*, 1970, 12 de diciembre, p. 4)

En los comentarios sobre la programación resaltan la labor cumplida por algunos programas, en especial *Yo y tú*; el talento de algún actor o el aniversario de algún programa. Estos comentarios son breves y se insertan en medio de otros: "Punch con *La nueva palabra* nos demostró la existencia de nuevos valores artísticos para el teatro adaptado a la tv, como Gustavo Angarita y Margalida Castro" (*El País*, 1970, 18 de febrero, p. 15).

En relación con la categoría 'Cali en televisión', aunque su peso porcentual es bajo, se destaca en la medida en que la prensa local registra la aparición de los caleños en la televisión, generalmente artistas o empresarios que han sido invitados a un programa específico. También se registra la visita de artistas nacionales a la ciudad.

Los señores de la tv supieron de la gran popularidad que tienen en provincia con el partido que se celebró como contribución a la campaña contra el cáncer, lo cual para todos fue una verdadera sorpresa. (*El País*, 1970, 25 de septiembre, p. 14)

En la categoría 'logros de la televisión', la prensa local destaca la transmisión de la llegada a la Luna, que se constituye en un hito importante en la historia de este medio por su despliegue técnico. Es de anotar que las pocas opiniones positivas sobre la televisión desde la prensa local se refieren a este hecho.

Justo es reconocer la encomiable tarea que la radio y la televisión colombianas han cumplido con ocasión de la conquista de la Luna. Las transmisiones que han puesto a prueba los equipos de los que se dispone y la capacidad del personal desplazado al centro espacial de Houston, han dado al país sonidos e imágenes que por su nitidez constituyen un privilegio. (*El País*, 1969, 22 de julio, p. 4)

No obstante, se encuentran algunas opiniones disidentes con respecto al importante evento y a su accidentada transmisión por la televisión.

El descenso olímpico de Apollo XI a la Luna nos brindó a todos en el mundo distintas emociones. Entre ellas la certeza de que el hombre sí es como lo pintan: poderoso, grande, inteligente, y... curioso. Pero también nos deparó unas deliciosas horas durante el largo show. Vimos cómo por ejemplo al doctor Jaime Quijano, barbudo rector de la Universidad Incca de Colombia, dando lectura para llenar baches en la tv, a una resolución en la cual ese claustro le concede el título de doctores *honoris causa* a los tres astronautas. Notita: Eso sí es chiva... y oportunidad.

La pelea entre los canales 7 y 9 salió a flor del tv. En el canal 9 decían: "tenemos como primicia informativa estas secuencias de la nave Apollo en las proximidades de la Luna, casi como de aquí a Zipaquirá". Y en el canal 7 rectificaban: "Están falsificando el arribo de Apollo XI a nuestro satélite. Cuidado con las imitaciones. La nuestra es la única transmisión verídica de todo este bollo".

Un gazapote del profesor Recassens, quien fue la persona que más colaboró en la tapada de huecos y baches durante el histórico programa: "Para avanzar sobre el terreno lunar, el astronauta primero tendrá que poner un pie allí, y luego el otro. Para caminar deberá hacer lo mismo". Notita: Claro... si levanta los dos pies al mismo tiempo... ¡plum!

Fue tan largo el tiempo y tan escasa la imaginación de quienes coordinaron el rosario de baches entre la Operación Alerta y la maniobra de alunizaje, que se vieron precisados a llevar al video al payaso de la lotería y al Chatico Latorre. Entre los dos no pudieron hacer reír a nadie. (*El País*, 1970, 25 de septiembre, p. 14)

Como se consigna en la Tabla 3, en 1960, 1962, y 1966 se registran sólo cinco notas y se presenta un repunte significativo durante 1969 y 1970, con un total de 173 artículos de opinión, es decir, el 90,1% del total de piezas revisadas. Esto obedece a la aparición de una columna especializada en televisión en el diario *El País*, el 10 de enero de 1969, titulada "tv y no tv", y luego una llamada "tv comentarios", el 6 de noviembre de

9. En el diario *El Relator* se anunció, el 28 de julio de 1959, la publicación de una página semanal titulada "Cine-radio-TV". Esta sección sólo apareció en dos oportunidades y al final de ese año el periódico dejó de circular.

ese mismo año, que reemplaza a la anterior y abre el espacio para las cartas de los televidentes⁹.

Piezas de publicidad relacionadas con la televisión en la prensa de Cali

Para el estudio de la publicidad sobre televisión aparecida en la prensa durante los trece años revisados, se tuvieron en cuenta las siguientes piezas: anuncios en cualquier parte del cuerpo del periódico, tiras cómicas que promovieran el uso de televisores y el consumo televisivo y avisos en la sección de clasificados.

Las trece categorías de análisis, elaboradas con base en la temática de cada pieza publicitaria, son: *programación* (promoción de programas patrocinados por compañías fabricantes de televisores), *oferta técnica* (oferta de servicio y asistencia técnica, reparación y actualización de equipos de televisión), *cursos* (oferta de cursos y alternativas de capacitación en reparación y mantenimiento de televisores), *rifas y concursos* (anuncios de eventos cuyos premios incluyen un televisor), *demanda de servicio* (solicitud de servicio y asistencia técnica o de personal capacitado en el área), *promoción estatal* (anuncios que daban cuenta de actividades económicas relacionadas con el Estado, como la emisión de títulos de capitalización de la Televisora Nacional o la distribución de televisores por parte del Banco Popular), *televisores de segunda* (oferta de televisores usados para la venta o permuta), *invitaciones* (convocatorias a eventos sociales relacionados con la televisión, como grabaciones audiovisuales en clubes), *nuevos modelos* (promoción de nuevos modelos por parte de fabricantes. Éstos no anuncian precios ni ofrecen venta directa), *publirreportajes* (descripción de los atributos de las distintas casas distribuidoras de televisores), *tiras cómicas* (alusivas al consumo televisivo o a los equipos), *televisores nuevos* (oferta de televisores nuevos para la venta) y *compra de televisores usados* (oferta de compra de equipos de segunda).

En total se estudiaron 1.948 piezas, 208 (10,7%) de *El Relator* (1954-1959) y 1.740 (89,3%) de *El País* (1960-1970).

Publicidad entre 1954 y 1959

Durante este periodo sobresalen tres categorías de anuncios: venta de televisores nuevos, promoción de nuevos modelos y oferta de servicios técnicos (ver Tabla 4).

TABLA 4. Publicidad sobre televisión entre 1954 y 1959 en la prensa caleña

%	Año	Venta TV nuevos	Nuevos modelos	Oferta técnica	Venta tv usados	Otras categorías
1,5	1954	12	17	—	—	1
3,1	1955	30	5	25	—	1
2,5	1956	11	23	2	8	4
0,	1957	4	1	2	1	8
0,9	1958	1	1	5	7	3
1,9	1959	6	—	12	17	1
TOTAL		64	47	46	33	18

Fuente: elaboración propia.

Como se ve en la Tabla 4, la venta de televisores nuevos es el tipo más importante de pauta publicitaria. Aquí se encuentran anuncios escuetos donde almacenes de electrodomésticos ofrecen equipos nuevos; generalmente dan detalles mínimos sobre la marca y el modelo.

Antes de la próxima navidad habremos recibido los primeros televisores [...] Los mejores y los más modernos, modelo 1954. Distribuidor exclusivo Federico Burckhardt. (*El Relator*, 1954, 2 de noviembre, p. 8)

[...]

Televisores. Adquiéralos con \$10.00 semanales y con seis meses de garantía en el Almacén Noel (Norelco). (*El Relator*, 1956, 2 de junio, p. 13)

[...]

Televisor Silverstone, mueble de lujo sala y comedor, vidrio de seguridad removible, dos parlantes de alta fidelidad. Cuota inicial \$179.00, mensual \$62.00. Costo total \$1.195.00. Almacén Sears. (*El Relator*, 1956, 16 de agosto, p. 10)

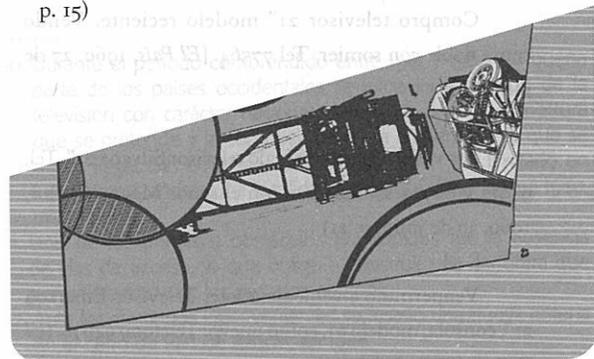
Entre 1954 y 1955 los principales anunciantes son la distribuidora Norelco y la distribuidora Burckhardt; esta última hace constante énfasis en su condición de representante exclusivo de la marca RCA-Víctor en la ciudad. Entre 1956 y 1957 incursionan los almacenes Mora Hermanos y Sears. Ya para esta época se incluye en el anuncio la posibilidad de facilidades de pago, así como la entrega de una cuota inicial y cuotas mensuales o incluso semanales. En los restantes años de la década aparecen otros anunciantes importantes como ElectroCasa y el almacén Ángel.

Un segundo tipo de pauta importante durante este periodo es la promoción de nuevos modelos, distintos

a los de los anuncios de la categoría anterior. Mientras que las piezas de los distribuidores son por lo general reducidas y aparecen con frecuencia en la sección de clasificados, las de los nuevos modelos son mucho más grandes, incluyen gráficos y aparecen en distintas secciones del diario. Los anuncios combinan información detallada sobre los equipos, con una reiteración de la marca del fabricante. Sólo en algunas ocasiones los anuncios incluyen el nombre de algún distribuidor local. Los principales anunciantes en esta categoría son Columbia y General Electric, además de algunos anuncios esporádicos de Motorola y RCA-Víctor.

Un tercer tipo de pauta relevante es la oferta de servicio técnico. Aquí hay una dinámica interesante. Durante los primeros años (1955-1958), la oferta de soporte técnico y reparación proviene casi exclusivamente de distribuidores como Norelco y Radio Roley. En contraste, para 1959 se encuentra una serie de anuncios de técnicos independientes, donde sólo citan el teléfono y ofrecen servicio a domicilio.

Televisión. Avisa que todo televisor vendido en su almacén tendrá servicio técnico atendido personalmente por Noel Recio (Norelco). (*El Relator*, 1955, 14 de mayo, p. 15)



[...]
 Reparamos su radio y su televisor. Almacén Noel, calle 11 No. 7-36 (Norelco). Tel. 83230. (*El Relator*, 1957, 14 de junio, p. 19)

[...]
 Técnico alemán repara televisión y radios a domicilio. Servicio extra-rápido. Tel. 83544. (*El Relator*, 1958, 2 de noviembre, p. 14)

[...]
 Radio laboratorios. Reparación técnica de radios, televisores, armado de equipos de alta fidelidad. Trabajos

garantizados. Calle 10 No. 14-68. (*El Relator*, 1959, 10 de junio, p. 14)

Publicidad entre 1960 y 1970

Los tres tipos de pauta reseñados durante la década anterior siguen siendo relevantes a lo largo del segundo periodo. Sin embargo, surgen tres nuevas categorías con un considerable aumento de piezas publicitarias: la venta de televisores de segunda mano, la oferta de cursos de capacitación en servicio técnico y la oferta de compra de televisores de segunda (ver Tabla 5).

TABLA 5. Publicidad sobre televisión entre en 1960 y 1970 en la prensa caleña

%	Año	Venta tv usados	Venta tv nuevos	Cursos	Oferta técnica	Compra tv usados	Nuevos modelos	Otras Categorías
25,0	1960	257	93	38	18	70	1	8
16,2	1961	141	92	34	20	6	2	19
15,8	1962	164	79	22	13	1	1	25
20,7	1965	312	41	18	6	3	6	14
0,2	1966	1	2	1	—	—	—	0
2,3	1969	6	26	3	2	1	—	7
9,1	1970	77	19	51	19	—	—	10
	TOTAL	991	416	168	124	82	57	83

Fuente: elaboración propia.

Durante la década anterior, en particular en los últimos años, ya se encontraban algunas ofertas de televisores de segunda. Sin embargo, las piezas dentro de esta categoría tienen un aumento considerable a partir de 1960 y alcanzan su número máximo en 1965. Es difícil establecer con precisión quiénes ofrecen estos equipos usados, pero el lenguaje utilizado sugiere que se trata, en su mayoría, de particulares.

Compro televisor 21" modelo reciente. Vendo cama doble con somier. Tel 77564. [*El País*, 1960, 27 de julio, p. 21]

[...]
 Por viaje al exterior regalo televisor Silvana 21". Tel. 94912 y 88923. Entenderse con el señor Maya. (*El País*, 1960, 30 de julio, p. 21)

[...]
 Venpermuto a vehículo o lote. Televisor Emerson 21", consola, modelo 61, como nuevo. Teléfono 94670. (*El País*, 1961, 10 de febrero, p. 21)

[...]

Véndese televisor General Electric americano prácticamente nuevo. \$3.000.00. Con mesita metálica especial. Calle 21 Sur No. 16-55 Barrio Tequendama. (*El País*, 1965, 3 de junio, p. 21)

La oferta de televisores nuevos y la promoción de nuevos modelos se mantienen durante la década del sesenta. Sin embargo, se observa un declive que es más evidente en la promoción.

Un rasgo interesante es el aumento en la demanda de televisores de segunda. En esta categoría se observan distintas formas de transacción, desde la oferta de sumas en efectivo, hasta la oferta de cambios y permutas.



Compro televisor 21" o 23" sin estrenar. Doy hasta \$3.000.00. Tel. 87456. (*El País*, 1965, 14 de enero, p. 15)

[...]

Permítase televisor con mueble americano por otro portátil. Tel. 82997. (*El País*, 1962, 20 de febrero, p. 23)

[...]

Compro televisor de 21" o 23" en perfecto estado. Tel. 431293. (*El País*, 1969, 1.º de septiembre, p. 21)

Aunque está en cuarto orden, la categoría de cursos y capacitación presenta un claro ascenso. Mientras durante el primer periodo sólo se registró un caso de promoción de cursos y formación técnica, en el segundo periodo se registraron 167 casos. Los anuncios, por lo general, se publican durante cinco o siete días seguidos y mantienen una estructura constante:

Conviértase en experto en radio y televisión. Curso por correspondencia. Le otorgamos todo el equipo: componente para construir un receptor, soldador eléctrico y probador-analizador profesional. National Schools. (*El País*, 1960, 3 de enero, p. 10)

[...]

Aprenda por correspondencia siete carreras de gran porvenir: diseño-corte-confección-modas, repostería, impresión de malla, tapicería profesional, ceramagia, inglés o francés, cine-radio-teatro-televisión. California Career Schools. (*El País*, 1965, 21 de marzo, p. 10)

[...]

El Instituto de Electrónica del Valle (Indeleva) informa que ha abierto un curso de radio-televisión electrónica especial para damas. El curso está fuera del caso para caballeros. (*El País*, 1970, 8 de febrero, p. 13)

Los principales anunciantes en esta categoría son Hemphill Schools y National Schools, ambas escuelas de formación técnica por correspondencia. También pautan centros como el Instituto de Artes y Ciencias Cinematográficas, el Continental School y el California Career School. Finalmente, se observa también un aumento en la oferta de servicio técnico y soporte.

Interpretaciones

El examen de la biografía pública de la televisión, desde los discursos de la prensa local, permite aproximarse a la *dimensión filogenética* de la *domesticación*, es decir, a las condiciones que constriñen o posibilitan el tránsito de la televisión desde el *mundo de las mercancías* hasta

que se convierte en propiedad privada; trayectoria marcada por múltiples tensiones entre las distintas esferas que conforman el sistema *teletecnológico* y que le imprimen a la domesticación ciertas especificidades.

La historia de la televisión como artefacto, como proceso y como experiencia (Spitulnik, 1993, pp. 293-315) se entiende, entonces, en ese diálogo permanente y contradictorio entre esas esferas y la incorporación de un nuevo medio masivo, en el cual se entrecruzan de forma constante los ámbitos público y privado. En la historia de la televisión en Cali, desde los discursos de la prensa local, se registran las siguientes tensiones.

La tensión y desfases entre un proyecto político y las condiciones de infraestructura de la ciudad

La televisión en Colombia fue pensada como un proyecto nacional desde sus comienzos; sin embargo, durante varios años fue sólo un fenómeno local¹⁰. Una vez se inauguró en Bogotá y Manizales, se prometió que rápidamente cubriría toda la extensión del territorio nacional. Pero esta promesa no pudo cumplirse. En Cali, por ejemplo, se anunció que llegaría la señal en septiembre, octubre y diciembre de 1954 (en el diario *El Relator*), luego, en julio de 1955 y, finalmente, el proyecto se concretó el 13 de junio de 1956, con obras inconclusas en la antena repetidora. En otros lugares, la llegada de la señal de televisión fue posterior. Los innumerables obstáculos para la instalación de la antena en el cerro de La Horqueta explican en parte esta tardanza¹¹. Esta fecha se ubica sólo como referencia, porque aunque la inauguración se dio en ese momento, las condiciones técnicas impidieron que Cali contara con un servicio adecuado de televisión¹². De otra parte, aspectos vitales para la difusión de la televisión, como la electrificación de la ciudad, no estaban resueltos.

.....

10. Durante el periodo comprendido entre 1941 y 1962, en buena parte de los países occidentales se inicia la instalación de la televisión con carácter nacional, dados sus fines, la cobertura que se pretende y la composición de la audiencia a la que se desea llegar. Sin embargo, su radio de acción fue limitado en los primeros años a una localidad específica (Faus Belau, 1980, pp. 184-187).

11. Uno de los primeros obstáculos enfrentados fue la ausencia de vías de acceso, lo que obligó a construir una carretera que permitiera trasladar los pesados equipos.

12. Ante los continuos inconvenientes se instaló una nueva antena en el cerro de Pan de Azúcar, en 1966.

En Cali, para esa fecha, ya se había construido la fase I de Chidral (1954) y II de la hidroeléctrica de Anchicayá (1955), pero aún se sentían las repercusiones de la crisis de los servicios públicos que se vivió en la ciudad desde la década de los cuarenta (Vásquez, 2001, pp. 220-227). Por su parte, el rápido crecimiento industrial y urbanístico ejercía una fuerte presión por la demanda energética. Las fechas de inauguración de la televisión en Colombia o en algunas ciudades se constituyen en hitos importantes, pero pueden encubrir procesos desiguales de acceso a las imágenes, al proyecto nacional que se pretendía dar curso por medio de ella y en el cual aspectos básicos de infraestructura tienen una influencia importante.

La tensión entre las pretensiones del gobierno de Rojas y los intereses de la élite local

Un sector importante de la élite caleña se encontraba en clara oposición al gobierno de Rojas Pinilla e incluso asumió un papel protagónico en su derrocamiento, por medio de lo que se conoce como *la conspiración de los clubes*¹³. La televisión, para este grupo social¹⁴, representó, en un primer momento, una argucia del gobierno, uno de sus principales vehículos de propaganda. Por lo tanto, la televisión estaría bajo sospecha

.....

13. Uno de los detonantes finales de la crisis es la carta que el gobernador del Valle de ese entonces, brigadier general Jaime Polanía Puyo, envía a los directivos de los clubes exigiéndoles que cualquier acto social debía ser autorizado por él, en nombre del gobierno central. Esto, con el fin de evitar manifestaciones políticas perturbadoras del orden público. En respuesta, los clubes campestres Colombia, la Ribera, San Fernando y Tenis de Cali suspenden sus actividades, pero sus miembros siguen participando en la presión contra el gobierno hasta la caída del general (Zawadsky, 1990, pp. 38-39).
14. Otros sectores de la élite estuvieron muy cercanos al gobierno central y con la caída de éste se vieron seriamente afectados, como lo ocurrido con la familia Lloreda, propietaria del periódico *El País*. En palabras de Álvaro Lloreda: "La equivocación política de *El País*, respaldando a la dictadura nos trajo la reacción de la gente; no fue ésta una represalia dirigida contra mí sino contra toda mi familia, pues esa orientación equivocada frente al gobierno de Rojas fue siempre aprobada por mi hermano Alfredo y los suyos; esa hora difícil, en la que nos vimos amenazados aún por personas que hasta entonces habíamos considerado amigas [...]" (Sanclémente, 2000, p. 79).
15. Conviene contrastar los precios promedio de un televisor nuevo con el salario mínimo mensual en el sector urbano: en 1957, \$2.495 (TV) y \$155 (salario); 1960, \$4.000 (TV) y \$198 (salario) (Ministerio de Protección Social, 2004).

y el proceso de construcción de la audiencia televisiva se edificaría sobre esas dudas. La incorporación de la televisión en la vida doméstica debía salvar este primer obstáculo; porque eran las élites quienes, por su capacidad adquisitiva, podían acceder a la televisión e, incluso, participar con sus capitales en las empresas de distribución del nuevo artefacto¹⁵. Pese al tenso clima político, una oleada modernizadora seguía su curso y los sectores sociales privilegiados no podían quedarse a la zaga.

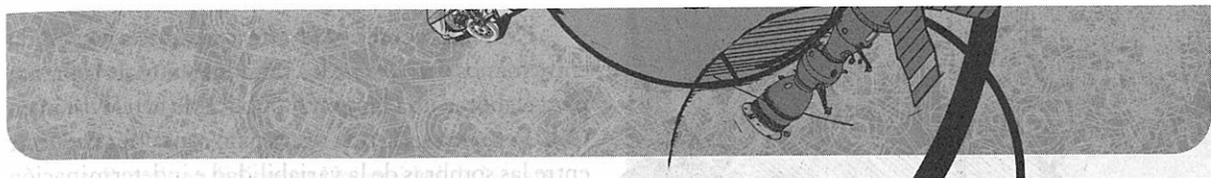
La tensión entre el mundo del mercado y las condiciones políticas

Los fabricantes de televisores y los distribuidores de equipos en la ciudad empiezan a promocionar los aparatos de manera insistente desde 1954, dos años antes de la primera emisión en Cali y más de diez años antes de que hubiera una señal de calidad aceptable. Esto sugiere dos ideas importantes.

Primero, el sector comercial mantuvo desde el principio una sintonía con el entusiasmo oficial por la llegada de la nueva tecnología. Más aún, de manera hábil, los comerciantes sortearon la posterior decepción expresada en la prensa ante la deficiente calidad, tanto de la señal como de la programación (y con ello el paulatino agotamiento de la idea de la televisión como un proyecto gobiernista), y se movieron hacia la promoción de un estilo de vida *moderno*, donde la posesión de un televisor —e incluso la formación profesional en campos afines— eran rasgos característicos. En otras palabras, las dinámicas de la publicidad en la prensa caleña sobre la televisión refuerzan la noción de primera masificación (centrada en la relación entre los medios y la conformación de un proyecto nacional) y segunda masificación (caracterizada por un viraje hacia una visión tecnocrática de la sociedad y hacia el consumo) (Martín-Barbero citado en López, 2003, pp. 90-92).

Una segunda idea, más general, sugiere que es válido pensar —al menos en el caso de Cali— que las audiencias se empiezan a gestar desde antes de la primera emisión. Esto tiene





profundas implicaciones para el desarrollo de una historia de los medios, pues evidencia la necesidad de rastrear la biografía de las tecnologías de comunicación hasta mucho antes de los hitos técnicos, que han sido tradicionalmente los puntos de referencia.

Los desfases entre los avances técnicos del medio y el grado de desarrollo de los contenidos

Tal como ocurrió en otras regiones del mundo, la televisión tuvo que enfrentar en una primera etapa los problemas y desafíos técnicos que implicaba su instalación, la ampliación de las redes y la formación del personal encargado de su funcionamiento. En esta etapa, los contenidos y los formatos fueron retomados de modelos exitosos de otros medios, especialmente de la radio. Las especificidades propias del lenguaje televisivo irán apareciendo en momentos posteriores. Desde la información recogida por la prensa, podría pensarse que el proceso de construcción de las audiencias televisivas locales se llevó a cabo entre las expectativas y promesas de un mundo moderno y los desencantos del mismo.

La identidad cultural local y la novedosa televisión

Durante las dos primeras décadas son visibles los primeros intentos por forjar una identidad regional desde la televisión, basada en una idea híbrida del patrimonio, ubicado, por un lado, entre una tradición de élites, reivindicativa tanto de las bellas artes como del folclor, y, por otro, entre una mezcla de orgullo industrial y propaganda de obras públicas. La dignidad oficial en concreto y encomiables logros artísticos de caleños ilustres vistos en la televisión hablan de cómo elige mostrarse una ciudad o, más precisamente, sus voceros desde la televisión y la prensa: la tradición heredada, la bienandanza administrativa y el decoro estético.

Por lo general, los eventos socialmente relevantes eran captados en los clubes, mientras que los

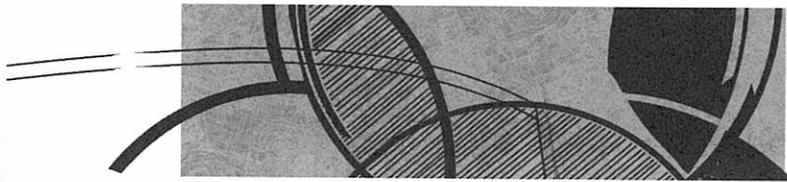
acontecimientos que involucraban a las masas populares tenían las calles como escenario. La disponibilidad de las nuevas e incipientes audiencias cautivas, ávidas de novedad, pero necesitadas de identidad, explicarían algunos contenidos tácticos en emisiones estratégicas, como la inauguración de la televisión en Cali, o en efemérides y eventos nacionales e internacionales.

Un episodio doloroso, la explosión del 7 de agosto de 1956, centra la atención de la televisión y la solidaridad nacional en Cali y pone a prueba su capacidad de movilización social, incluyendo a los artistas de la televisión que participan en desfiles y colectas. Por otro lado, los inicios de la televisión en Cali hacen visible la posición de representantes de cierta cultura letrada, columnistas y literatos principalmente, que critican ferozmente la calidad técnica y de contenidos del nuevo medio y quienes, una vez fue propicio, hicieron los respectivos señalamientos a la manipulación política a través de las pantallas.

Las voces autorizadas de la prensa encontraban frecuente inspiración para el sarcasmo y el menosprecio en lo que les parecía “chabacano”, *vulgar* o *impropio*, pero que probablemente guardaba relación con ciertas formas estéticas del populismo en televisión, sintomáticas del reconocimiento mutuo que entre masas populares y medios de comunicación se presentó en los medios masivos hasta finales de los años cincuenta en varios países de América Latina, incluido Colombia (Martín-Barbero, citado en López, 2003).

Relaciones entre información de prensa y biografía pública de la televisión en Cali

Algunas de las categorías principales sobre *información general* de mayor peso cuantitativo y denso significado cualitativo presentan, en su interior, una inquietante variabilidad originada tanto en la diversidad del origen geográfico como de los referentes de la información. Al respecto, el análisis puede intentar, al menos, dos caminos: buscar algún factor de homologación del inestable conjunto o asumir dicha variabilidad como síntoma de algo más profundo: la tendencia de la prensa a dotar de significado al nuevo medio desde todas las esferas



de la realidad posibles; de modo que la información reflejaría de manera más o menos intencional una dimensión general, abierta y coyuntural, propiamente noticiosa, de la biografía pública de la televisión, por parte de una organización periodística fuerte en la localidad, o del sistema teletecnológico de la prensa escrita, pero lo habría hecho *en nombre* de toda una sociedad. En cierto sentido, la televisión habría sido masiva primero desde la prensa.

La variabilidad y frecuencia noticiosa sería significativa para la domesticación de una tecnología por las probabilidades de ser tenida en cuenta y luego asimilada rutinariamente, una vez la televisión es encendida e ingresa en la esfera privada o, como en este caso, aún sin que sea posible encender el aparato o recibir una señal de calidad. Para muchos caleños su papel en la biografía de la televisión en Cali habría empezado “viendo” la televisión en la prensa.

Silverstone ayuda a complementar este último aspecto al afirmar:

La biografía de la televisión, así como la biografía de cualquiera de las demás tecnologías, se caracteriza por cierto grado de irresolución y de apertura [...]. El lugar que ocupa la televisión en el hogar, su domesticación [...] no se puede entender exclusivamente partiendo del análisis de los textos públicos [...]. Hay una indeterminación en el sistema teletecnológico, precisamente en el punto en que la televisión cruza el umbral que separa la esfera pública de la esfera privada. Y esa indeterminación se registra tanto en el desorden y la letanía de las tecnologías fallidas¹⁶ o transformadas como en los conflictos que se dan en la negociación y la renegociación de las relaciones domésticas de los sexos en la vida cotidiana de los miembros de una familia. (1994, p. 175)

16. La historia social de la televisión en Cali habría estado teñida justo por esto, según los hallazgos en la información de prensa.

Evidentemente, para este trabajo se ha tenido entre manos *únicamente* los variados textos de la prensa para elaborar una biografía pública de la televisión en Cali. Pero esta sería una restricción capaz de encontrar entre las sombras de la variabilidad e indeterminación noticiosa, que parecen nacer en la tumultuosa esfera pública de la modernidad, los hilos conductores que se entretujan como telón de fondo de este trabajo, que parecen reflejar “la tensión existente entre las esferas y las presiones tecnológicas, políticas, económicas y domésticas”, de donde el sistema teletecnológico extrae su fuerza y su coherencia (Silverstone, 1994, p. 177).

Referencias

- El País* (1960-1962), Cali.
 — (1965-1966), Cali.
 — (1969-1970), Cali.
 — (1960, 27 de julio), Cali
 — (1960a, 30 de julio), Cali
 — (1960b, 3 de enero), Cali
 — (1961, 10 de febrero), Cali
 — (1962, 20 de febrero), Cali
 — (1962a, 14 de octubre), Cali
 — (1965, 3 de junio), Cali
 — (1965a, 14 de enero), Cali
 — (1965b, 21 de marzo), Cali
 — (1966, 26 de junio), Cali
 — (1969, 8 de mayo), Cali
 — (1969a, 22 de julio), Cali
 — (1969b, 1 de septiembre), Cali
 — (1970, 23 de septiembre), Cali
 — (1970a, 18 de febrero), Cali
 — (1970b, 25 de septiembre), Cali
 — (1970c, 8 de febrero), Cali
El Relator (1954-1959), Cali
 — (1954, 2 de noviembre), Cali
 — (1955, 23 de febrero), Cali
 — (1955a, 25 de marzo), Cali
 — (1955b, 2 de abril), Cali
 — (1955c, 14 de mayo), Cali
 — (1956a, 6 de junio), Cali
 — (1956b, 23 de mayo), Cali
 — (1956c, 16 de agosto), Cali
 — (1957, 14 de junio), Cali
 — (1957a, 12 de enero), Cali
 — (1958, 2 de noviembre), Cali
 — (1959, 17 de mayo), Cali

— (1959a, 10 de junio), Cali

— (1965, 23 de mayo), Cali

Faus Belau, A. (1980), *La información televisiva y su tecnología*, Pamplona, Ediciones Universidad de Navarra.

Kopytoff, I. (1991), "La biografía cultural de las cosas: la mercantilización como proceso", en Appadurai, A., *La vida social de las cosas*, México, Grijalbo.

López, F. (2003), "La construcción de una industria de la comunicación masiva", en *Medios y nación. Historia de los medios de comunicación en Colombia*, Bogotá, Convenio Andrés Bello.

— (1993), "Aspectos culturales y comunicacionales del populismo rojista en Colombia (1953-1957). Nuevas aproximaciones al populismo en América Latina", en *Signo y Pensamiento*, vol. xv, núm. 29, Universidad Javeriana.

Ministerio de Protección Social (2004), "Tabla de salario mínimo mensual e incrementos desde 1950 hasta 2003" [en línea], disponible en <http://www.minproteccionsocial.gov.co>, recuperado: 3 de octubre de 2004.

Rey, G. (2002), "La televisión en Colombia", en Orozco, G. (coord), *Historias de la televisión en América Latina*, Barcelona, Gedisa.

Sanclemente, J. A. (2000), *El país 50 años*, Cali, El País.

Silverstone, R. (1994), *Televisión y vida cotidiana*, Buenos Aires, Amorrortu.

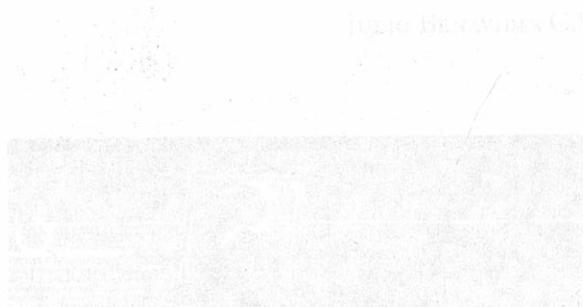
Spitulnik, D. (1993), "Anthropology and mass media", en *Annual Review of Anthropology*, núm. 22.

Vásquez, E. (2001), *Historia de Cali en el siglo xx-Sociedad, economía, cultura y espacio*, Cali, Universidad del Valle.

Vizcaíno, M. (1992), *Los falsos dilemas de nuestra televisión. Una mirada tras la pantalla*, Bogotá, Cerec-Acotv.

— (1994), *Historia de una travesía. Cuarenta años de la televisión en Colombia*, Bogotá, Inravisión.

Zawadsky, C. (1990), *Club campestre de Cali. Sesenta años con Cali y su gente*, Cali, Club Campestre de Cali.



Regional tv stories: what's the "fau"?

As the historical reception of Latin America's media is concerned, we are very much in want, except perhaps for some related job efforts like the ones done in Brazil and by Adriano Cavalheiro at Rede Alerta. While concerning the history of television, in particular, most of them being more descriptive of the processes of installing the technology and/or for the creation of systems, and of the type of programs which comprise the available stock. Our work in this paper steers away from this approach and simply presents a history of television that accounts for the processes by which particular technologies and/or media, in other words, we want to explain how such technology, in turn, becomes an essential part of the culture. We start by examining archive files received at the daily press, particularly, *El Espectador* (one of four newspapers) in order to track down the interest shown by the public about the aforementioned technology.

Keywords: The history of television, Colombia, regional culture, audiovisual media.

Submisión: 22 de noviembre 2005.

Aceptación: 24 de febrero del 2006.