

PRÓLOGO

La TV de proximidad y la neolocalidad

En 1947, en un pueblo perdido en las montañas colombianas, y de la mano de la organización Acción Cultural Popular, (ACPO), nació Radio Sutatenza, que marcó una revolución cultural y educativa no sólo en el campo colombiano sino en el país entero. El 16 de octubre de ese año se difundió el primer espacio de música interpretada por los campesinos del municipio, y entre 1968 y 1994, junto al gobierno nacional, creó una programación que buscaba ampliar el sistema de educación a distancia y fortalecer los procesos de educación de adultos (Bernal, 2012): miles de colombianos aprendieron a leer y a escribir con los programas y las cartillas de Radio Sutatenza.

La comunicación alternativa sería el nuevo modo en que se traduciría la comunicación para el desarrollo (...). Lo alternativo supuso el paso de una dimensión macro, centrada en la transformación del sistema mundial de la información y en las políticas nacionales de comunicación, a un nivel micro de intervención en lo cotidiano, en lo local y en lo comunitario... (Benavides Campos, Pereira, & Bonilla Vélez, 1998).

Las dinámicas económicas exigieron que las emisoras radiales, tanto en las regiones como en la capital, incorporaran a la empresa privada en sus procesos de producción y difusión; pese a ello, coayudaron en la construcción de la identidad, siempre atada al territorio, al sentido de pertenencia, a las condiciones de su entorno y al reconocimiento colectivo de una red de significados (Pardo Viña, 2020), a partir de la capitalización de su patrimonio cultural, ambiental y productivo (Flores, 2007).

Con la aparición de la televisión en el continente: Brasil, México, Argentina, Venezuela y Colombia (1950-1954); El Salvador, Uruguay y Nicaragua (1956); Honduras, Ecuador y Guatemala (1959); Costa Rica y Panamá (1960), Paraguay (1965) y Bolivia (1969) (Toussaint, 2017), cuyas dinámicas de programación estuvieron sujetas a las realidades políticas de cada uno

de los países, la discusión de la televisión como un servicio público estuvo en el centro del debate. En muchos países tardó en incorporarse, pero existieron avances en cultura y educación, que siguieron de alguna manera la estela del modelo radial. Sin embargo, durante la década del 80, con la mercantilización de los canales, aparecen producciones extranjeras y en las pantallas se hacía cada vez más evidente la globalización multidimensional que marcó el inicio de la homogeneización de las culturas; pero “en el marco de esta globalización mediática, aumentó la demanda de los ciudadanos de recibir información de las áreas más próximas a su identidad” (Martori A., 2019).

La radio siguió en el centro de los diálogos culturales e identitarios al interior de los territorios hasta la aparición de la televisión regional de carácter público, que suscitó reflexiones académicas que buscaban una diferenciación entre el canal local y el canal de *proximidad*, concepto propuesto por los belgas Fastrez y Meyer (1999) resultado de la relación entre medio de comunicación y receptor, medio de comunicación y mundo referencial, y receptor y mundo referencial. Es decir, la proximidad aplicada a la televisión, de acuerdo con Moraga, et al., (1999), tendría que ver con la idea que entre el emisor y sus receptores existe un escenario de experiencias compartidas, cosa que, en definitiva, se verá reflejada en los contenidos de la programación. Los movimientos de resistencia y los localismos revitalizaron las tradiciones como mecanismo de oposición a la globalización y, esencialmente, como parte de la búsqueda de procesos de desarrollo humano, social y económico desde sus particularidades culturales y territoriales. Entre la globalización y la localización, fuerzas contrapuestas e inseparables, emergen conceptos como la glocalización (Robertson, 2003) y los neolocalismos, espacios en los que conviven las culturas particulares y las industrias culturales (Giménez, 2002).

En la televisión coexisten los lugares, basados en la cercanía territorial y donde aparece la experiencia y la identidad cultural (Castells, 2001), y los espacios de flujos, donde se conectan, propone que, capitales, imágenes e informaciones estratégicas, multinacionales, tecnologías, modas culturales y miembros de una élite cosmopolita independizada de las constricciones locales. Sucede en los canales nacionales, regionales, locales, públicos y privados. Ni la globalización ni la proximidad ni los *neolocalismos* de la producción y difusión audiovisual, pueden abstraerse el uno del otro. Con-

viven y migran, todos, a plataformas, relocalizando conciencias e identidades, proliferando sentimientos de pertenencia dobles: globales y glociales (Homobono Martínez, 2019). Como en los territorios, las fronteras se hacen borrosas, la proximidad se acerca y se aleja, dejó de ser exclusiva, y, sin embargo, se niega a abandonar las comunidades que siguen construyendo su espíritu desde la pantalla que es, también, un espejo.

Dr. Rafael González Pardo, presidente FELAFACS, Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social y Decano Facultad de Ciencias Humanas y Artes de la Universidad de Tolima, Colombia.

Bibliografía

Benavides Campos, J., Pereira, J., & Bonilla Vélez, J. (1998). La comunicación en contextos de desarrollos: balances y perspectivas. *Signo y pensamiento*, 17(32), 119 - 138. Recuperado de <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/2855>

Bernal, H. (2012). Radio Sutatenza: un modelo colombiano de industria cultural y educativa. *Boletín cultural*, 5 - 42.

Castells, M. (1995). La ciudad informacional. Tecnologías de la información, reestructuración económica y proceso urbano-regional, Madrid: Alianza Editorial.

Fastrez, P.; Meyer, S. (1999) Television local y proximidad. *Researches in communication* 11 45-54.

Flores, M. (2007). Identidad cultural del territorio como base de una estrategia de desarrollo sostenible. *Ópera*, 7, 45 - 54.

Gimenez, G. (2002). Globalización y cultura. *Estudios sociológicos*, XX(1), 23 - 46

Homobono Martínez, J. (2019). Glocalización: síntesis de lo global y lo local. *Euskal herriko Univertsitatea*, 37, 19 - 54.

Martori, A. (2019). ¿Televisión de proximidad o televisión local? El impacto de la proximidad cultural en los estudios de televisión en la era digital.

Zer, *Revista de comunicación*, 25(47), 147 - 163. <https://doi.org/10.1387/zer.21073>

Pardo Viña, C. (2020). *Memoria de una identidad*. Ibagué: Universidad del Tolima.

Toussaint, F. (2017). Televisión pública en América latina: su transición a la era digital. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 62(229), 223 - 242. [https://doi.org/10.1016/S0185-1918\(17\)30009-0](https://doi.org/10.1016/S0185-1918(17)30009-0).

Robertson, R. (2003) *Glocalización: tiempo - espacio y homogeneidad - heterogeneidad*. En Monedero, J.C . *Cansancio del Leviatán: problemas políticos a la mundialización*. Trotta, Madrid.