



Historia Crítica

ISSN: 0121-1617

hcritica@uniandes.edu.co

Universidad de Los Andes

Colombia

ramírez, lina

El gobierno de Rojas y la inauguración de la televisión: imagen política, educación popular y
divulgación cultural

Historia Crítica, núm. 22, julio-diciembre, 2001, pp. 131-151

Universidad de Los Andes

Bogotá, Colombia

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81111330007>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

el gobierno de rojas y la inauguración de la televisión: imagen política, educación popular y divulgación cultural

lina ramírez *

algunas reflexiones en torno al estudio de la televisión desde la historia

El 13 de junio de 1954 se inauguró bajo el auspicio del gobierno de Rojas Pinilla la televisión en Colombia. A poco tiempo de conmemorarse cincuenta años de su inauguración, mucho se puede decir sobre los cambios que ésta ha sufrido: de la pequeña Televisora Nacional ubicada en los sótanos de la Biblioteca Nacional en Bogotá, con un canal y sólo dos horas de programación oficial de cobertura restringida a la Sabana de Bogotá, ha pasado a ser una empresa de cobertura nacional, con varios canales de programación oficial y privada, y con diversidad de contenidos.

De la misma forma, se puede hablar de un gran cambio en los parámetros que rigen su programación, así como en la propiedad de los espacios y canales. Del criterio “educativo y cultural” que el gobierno le asignó desde sus inicios al único canal oficial de programación, se ha pasado a la importancia del horario “triple A” y del *rating*, en una multiplicidad de canales privados, regionales, y de programación mixta¹.

Sin embargo los grandes cambios y transformaciones que ha sufrido la televisión colombiana desde sus inicios hasta hoy, no dependen únicamente de sus cualidades como un medio técnico de producción y transmisión de información. En este mismo sentido, es preciso mencionar aquellos cambios sociales y culturales que tienen que ver con el creciente aumento de la teleaudiencia, y la importancia cada vez mayor de la televisión en la vida cotidiana de las personas. Junto al aumento de alternativas de canales, horarios y programas, ha habido un incremento considerable desde la inauguración de la televisión hasta hoy, del número de televisores en las casas así como del tiempo que se pasa frente a ella. Según teóricos de la comunicación como Martín Barbero, la experiencia audiovisual que instaura la televisión en la esfera doméstica, replantea “la relación con la realidad, esto es, desde las transformaciones de nuestra percepción del espacio y del tiempo”². En la misma línea, Carlos Monsiváis con sus estudios en México, le ha atribuido a la televisión cualidades transformadoras, al señalar que con la televisión se han dado cambios importantes como la primacía de lo actual o anacrónico, la modificación de la relación del espectador con los espectáculos y la formación de un público masivo³.

Si bien este tipo de cambios y transformaciones encuentran significado a la luz de los desarrollos de la televisión en las últimas décadas, cuando se generaliza y alcanza grandes niveles tanto de cobertura como de divulgación y aceptación, desde el establecimiento de la televisión en Bogotá se plantearon interrogantes e inquietudes semejantes en torno a su papel transformador. A partir de los comunicados del gobierno en los que se anunciaba la inauguración de la televisión colombiana en 1954, es posible señalar, que desde un comienzo se le identificó como una herramienta que traería *cambio y progreso* para grandes sectores de la población.

Teniendo en cuenta éstas reflexiones, lo que pretendo en este artículo es aproximarme al tema del establecimiento de la televisión en Bogotá, haciendo explícito que mi interés en este sentido es el de brindarle una perspectiva histórica al estudio de los medios de comunicación y específicamente de la televisión, tomando en consideración que la bibliografía especializada en el tema privilegia estudios de actualidad o de muy poco espesor temporal. Específicamente, el estudio que planteo es desde el proyecto auspiciado por el gobierno de Rojas Pinilla, que concibió y divulgó el montaje del nuevo medio en el país entre 1953 y 1954, profundizando en sus intereses y expectativas frente a la televisión.

Mi interés con esta aproximación, es el de estudiar a la televisión como una institución social y cultural, que ha venido configurándose y constituyéndose a través del tiempo a partir de sus interacciones con otras instituciones y elementos del contexto histórico, causando un impacto fundamental en la vida cotidiana de las personas. Por tanto, si bien el período que propongo como objeto de estudio es uno muy corto, comparado con la larga trayectoria de la televisión, considero que al profundizar de manera específica en el período de concepción del proyecto, y por tanto, en la relación que desde un comienzo se entabló entre el Estado y la televisión, se está apuntando hacia la comprensión del papel de la televisión en la sociedad de hoy, pero desde una perspectiva histórica que aporta a la discusión elementos críticos y reflexivos.

Para este acercamiento al tema, se hizo una revisión de la prensa de la época, específicamente de los diarios *El Tiempo*, *El Espectador* y *Diario de Colombia* (enfaticando especialmente en este último dado que durante el gobierno de Rojas se ubica como uno de los diarios que privilegia la información oficial), con el fin de hacerle un seguimiento a los acontecimientos, personas y políticas que tuvieron que ver con la instalación e inauguración de la televisión. Además, se revisó el *Boletín de Programas* de la Radiodifusora Nacional, ya que durante este período además de ser el órgano de divulgación estatal para los temas relacionados con radio y televisión, publicó junto con la programación de los medios, artículos informativos al respecto.

La información proporcionada por los diarios, teniendo en cuenta la censura de medios que vivía el país durante el gobierno del General Gustavo Rojas Pinilla (1953-1957), ofreció la visión oficial del asunto. Por supuesto es un punto de vista que debe ser complementado con otro tipo de estudios y de fuentes para obtener un panorama más amplio del tema y particularmente del impacto, recibimiento u opinión, que pudieron tener esas políticas en diferentes sectores de la sociedad.

la divulgación de la imagen de rojas

La inauguración de la televisión en el país fue un acontecimiento que se inscribió en los deseos del General Gustavo Rojas Pinilla y de su gobierno de las Fuerzas Militares, por difundir su proyecto político. Su gobierno surgido de un acto sin base legal, había llegado al poder gracias al consenso generado en varios sectores de la sociedad sobre la necesidad de un cambio de gobierno. De la misma forma, su permanencia allí dependía igualmente de ese consenso, por lo que un acertado manejo de la imagen de Rojas y el gobierno de las Fuerzas Armadas en el poder, era fundamental para dotarlo de legitimidad, darle un sustento y garantizarle cierta autonomía.

El general Gustavo Rojas Pinilla subió al poder en 1953 en medio de un agitado clima político. Los partidos políticos se encontraban escindidos y esa pugna tenía manifestaciones violentas en gran parte del territorio nacional. Por una parte, el partido conservador estaba dividido y un sector importante le había retirado el apoyo político al entonces presidente Laureano Gómez, específicamente los “ospinistas” y “alzatistas”, seguidores de Ospina Perez y Gilberto Alzate Avendaño respectivamente. Estos, junto con los jefes liberales en el exilio, veían en la intervención militar un momento transitorio que representaba un respiro a la violencia partidista que se vivía y la posibilidad de nuevas elecciones presidenciales en las que podrían acceder al poder. Por otra parte, para el resto de la población, el cambio de gobierno también era una salida deseada frente a la violencia y a la falta de garantías que predominaba en el país. El ejército venía fortaleciendo su papel en la sociedad, ya que a medida que la policía se politizaba en medio de la violenta situación que se vivía, la población veía en él un medio de protección. La Iglesia, al igual que la mayoría de los estamentos e instituciones, le brindó apoyo desde el comienzo a Rojas, ya que según Tirado Mejía, el gobierno desde el primer momento se embarcó en una campaña antiprotestante que venía desde la administración de Laureano. En palabras de Tirado Mejía, con la subida de Rojas: “El país descansó y todos los grupos, con excepción de los laureanistas y del partido comunista, apoyaron a Rojas. En la creencia de todos los dirigentes estaba la idea de que su gestión sería breve y que al poco tiempo iba a retornar la normalidad institucional”⁴.

Fue tan importante para el gobierno de Rojas el consenso entre la población, que uno de los factores primordiales que determinó su caída en mayo de 1957, fue precisamente la pérdida de respaldo de ciertos grupos de la opinión pública. En este sentido, fueron decisivos los incidentes del 8 y 9 de junio de 1954 en Bogotá en los que fueron asesinados nueve estudiantes que protestaban, y el cierre de los diarios *El Tiempo* y *El Espectador*⁵. En cuanto al detrimento del apoyo de los partidos, se puede mencionar que fueron hechos cruciales la aprobación por parte de la ANAC (Asamblea Nacional Constituyente) de la reelección de Rojas por cuatro años y el lanzamiento del Movimiento de Acción Nacional (MAN) en enero de 1955 y de la Tercera Fuerza en junio de 1956, ya que formaban parte de un proyecto político que buscaba consolidarse independiente a los partidos tradicionales, y que evidenciaba los deseos de Rojas permanecer en el poder⁶.

La Oficina de Información y Prensa del Estado (ODIPE) creada desde la administración de Laureano Gómez, por decreto 1102 de abril de 1952, como una dependencia de la presidencia cuyo fin era el control efectivo de la prensa y la radio, fue el ente encargado del manejo de la imagen de Rojas desde su primer año de gobierno. Además del control sobre la información que se le asignó desde el gobierno de Gómez, durante el gobierno de Rojas se le adicionó la organización de una red de propaganda destinada a resaltar las obras públicas y la imagen del presidente⁷. Sin embargo, es preciso mencionar, como lo ha destacado Ayala, que la exaltación de la imagen de Rojas tiene unos antecedentes en el marco político que presidió su ascensión al poder, ya que para el movimiento *alzatista*, la figura de Rojas representaba una figura fuerte que, siguiendo a Ayala, “neutralizaba la arbitrariedad que hacia ellos se ejercía por parte del laureanismo”⁸. Según este autor, de Rojas les interesaba a los alzatistas los aspectos formales que reunía su personalidad, como “defensor de la constitución y las leyes”, destacando la figura de hombre fuerte y su actuación “prócera” en los sucesos del 9 de abril de 1948 en Cali⁹.

Una vez Rojas sube al poder el 13 de junio de 1953, nombró al frente de la Oficina de Información y Prensa del Estado (ODIPE) a Jorge Luis Arango Jaramillo, quien bajo el gobierno de Gómez había sido jefe de Publicaciones y Cinematografía Educativa del Ministerio de Educación y director de los *Cuadernos de Cultura Popular Colombiana*, que publicaba el gobierno¹⁰. Según Ayala, uno de los propósitos de Arango como director de la ODIPE fue el de popularizar la imagen del nuevo presidente y darle a todas las actividades del nuevo gobierno un aire de fiesta y de grandiosidad¹¹. Para esto la ODIPE asignó una gran cantidad de presupuesto para un comité de Propaganda y Restauración Nacional que viajaba por todo el país y que se encargaba, entre otras funciones, de distribuir y vigilar el uso adecuado de la propaganda oficial. Por una parte, se distribuyeron por todo el territorio nacional fotografías de Rojas para ser ubicadas en todas las alcaldías y municipalidades, así como discos con cuñas patrióticas. En cuanto a la campaña de divulgación de la imagen del gobierno militar en el poder y de la figura de Rojas por todos los medios de comunicación, se ordenó que en todos los telegramas y microgramas que enviaban los colombianos debían estar las consignas del gobierno: “El binomio Pueblo-Fuerzas Armadas salvará a Colombia”, “Por la patria: Paz, Justicia y Libertad” y “El gobierno de las Fuerzas Armadas le dará casa al campesino y al obrero”. Se ordenó además la impresión en edición de lujo de los libros “Seis meses de gobierno” y “El trece de junio”. En cuanto a los cines, se organizó un noticiero oficial dirigido a mostrar las actividades del presidente que debía ser presentado antes y después de las tres funciones diarias, junto con la proyección de un vidrio con la efigie del “Excelentísimo Señor Presidente” apenas se apagaran las luces del teatro y antes de que se encendieran nuevamente¹².

En cuanto a la radio, a través de la Radiodifusora Nacional, paralela a su función divulgadora de programas culturales, se transmitieron las informaciones oficiales y las actividades del presidente. *El Boletín de Programas* de la Radiodifusora Nacional, publicaba en su edición de junio de 1954 la importancia de que junto a las transmisiones de conciertos, de actos académicos, religiosos, conferencias culturales, etc., se pasaran los espacios dedicados a informaciones oficiales, ya que según ellos: “constituyen lazos naturales y lógicos de comunicación entre el Estado que gobierna y el pueblo que debe y quiere saber cómo se le está gobernando”¹³.

Una actividad fundamental en el manejo de la imagen del gobierno y del presidente, fue la institucionalización de la fiesta del 13 de junio, fecha en la que se conmemoraba un año de la ascensión al poder de las Fuerzas Armadas. Sobre las actividades programadas para la celebración de lo que se conoció como la “Fiesta Cívica Nacional”, Ayala comenta:

Los teatros de Bogotá y los de todo el país pasaron primero, antes de cada una de sus funciones, un vidrio alusivo al primer aniversario. Más tarde un documental de dos rollos sobre el 13 de junio pasó también por todos los teatros del país, de maneras simultánea entre el 6 y el 14 de junio de 1954. El documental recreaba las condiciones en que se habían desarrollado los acontecimientos que llevaron a los militares al poder y se presentaban las obras adelantadas por el nuevo gobierno. Emblemas, gallardetes, calcomanías, banderines, afiches, galardonaron los espacios públicos nacionales. La DIPE pagó en casi todos los periódicos del país la inserción de una propaganda oficial alusiva al magno acontecimiento. Cada uno de los ministros de despacho tuvo la oportunidad, en los días previos al aniversario, de disertar por radio en cadena nacional sobre las actividades realizadas en su cartera¹⁴.

En todo el territorio nacional la celebración tuvo una gran divulgación debido a que meses antes, la Oficina de Información y Prensa del Estado dirigió a nombre del presidente de la República una circular a todas las municipalidades a través de la cual se exigía a los alcaldes de Colombia la constitución de un Comité Cívico, que se encargaría de preparar las celebraciones del primer aniversario de la presencia de las Fuerzas Armadas en el poder. La carta especificaba que se debía recrear un ambiente ligado a una celebración de aniversario o inauguración de alguna obra pública, como una calle, un parque, un edificio, la terminación de algún servicio como el alumbrado público o el alcantarillado, etc., en la fecha asignada y llamarle 13 de junio. Lo que según Ayala terminaba convirtiéndose en fiesta, sirviendo de paso para mejorar la cara de los municipios y reafirmar la tradición de venerar los símbolos patrios¹⁵.

En este contexto de inauguraciones y celebraciones de la “Fiesta Cívica Nacional”, la inauguración de la televisión, fue una más en la lista de acontecimientos, desfiles, discursos y presentaciones, que se tenían programados para conmemorar esa fecha. Específicamente la inauguración de la televisión era una de las actividades programadas para la ciudad de Bogotá y sus alrededores, teniendo en cuenta que la antena repetidora que inicialmente se había montado en el Ruiz, alcanzaba a cubrir sólo la Sabana de Bogotá y la ciudad de Manizales. Sin embargo, teniendo en cuenta el deseo del gobierno por poner al alcance de la mayoría de la población colombiana el servicio de la televisión, se manifestó que en muy poco tiempo se extendería el servicio a las otras regiones del país.

sobre el estudio de la relación populismo - medios de comunicación

El gobierno de corte populista desarrollado por Rojas, fue característico de varios países latinoamericanos entre la Gran Crisis y comienzos de la década de los cincuenta. En este período florecieron en la región diversas formas de populismo, asociadas algunas de ellas a corrientes de nacionalismo militar, entre las que cabe mencionar algunas de las vertientes

más clásicas, como fueron los movimientos de Getulio Vargas en el Brasil, Haya de la Torre en el Perú, Juan Domingo Perón en Argentina y Lázaro Cárdenas en México¹⁶.

Una de las principales características que compartieron estos sistemas de gobierno, y sobre la cual pretende ahondar este artículo, fue el hecho de que su deseo de convocar gran cantidad de público y de divulgar su proyecto político en diversos lugares y sectores sociales, coincidió con el desarrollo de importantes medios de comunicación como la radio y la televisión. Con respecto al estudio de la relación Estado-Caudillo-Masas, y más particularmente del control estatal de los medios de comunicación y de los altos niveles de propaganda oficial, López de la Roche ha llamado la atención sobre la importancia de considerar el fenómeno del populismo latinoamericano desde una aproximación que, según él, ha empezado a primar en los estudios de historiadores, antropólogos y sociólogos, en la que se aborda “una serie de facetas culturales, simbólicas y comunicacionales presentes en el populismo que, a nuestro modo de ver, obligarían a una revisión de ciertas miradas unilaterales que se han configurado sobre el fenómeno, y a construir una visión más compleja y más capaz de dar cuenta de sus contradicciones y ambigüedades”¹⁷.

Si bien el término populista resulta inapropiado para Rojas durante su gobierno, ya que como ha mencionado Ayala resulta más conveniente hablar de influencias o semejanzas por parte de movimientos populistas como el peronismo¹⁸, el llamamiento que hace López de la Roche cobra validez en este estudio particular, teniendo en cuenta la importancia que para el gobierno de Rojas tuvo el manejo de su imagen y de los medios de comunicación. Específicamente, siguiendo a López, una mirada menos instrumental sobre la relación Estado-Caudillo-Masas, implica dejar de lado aquellas interpretaciones tendientes a simplificar la relación entre los diversos actores involucrados, y más bien considerar sus estrategias e intereses particulares¹⁹.

En el caso específico de la relación de Rojas con la televisión, muy poco se ha avanzado en su comprensión; aunque es preciso mencionar, que después de la caída de Rojas en mayo de 1957 y durante los primeros años del Frente Nacional, hubo una gran campaña de desprestigio hacia la televisión, en la que se le calificó como un órgano bajo el absoluto control estatal y divulgador exclusivo del proyecto político del gobierno. Sin embargo, como me propongo mostrar a continuación, los intereses que el gobierno manifestó con respecto a la inauguración del nuevo medio, estuvieron orientados además, hacia la “educación popular” y la “divulgación cultural”

los intereses “educativos y culturales” del gobierno frente a la televisión y el carácter político de su inauguración.

En el estudio de la relación del gobierno de Rojas con la televisión, el carácter político de la inauguración del nuevo medio, era más que evidente si se tiene en cuenta la continuidad que ésta representaba en el contexto nacional de inauguración de obras para la conmemoración del 13 de junio y del interés en difundir la imagen del presidente. En la capital de la República, la televisión se entendía como la obra principal cuya inauguración conmemoraba la tan anunciada “Fiesta Cívica” del 13 de junio.

Ese carácter político incluía además, el deseo de hacer de este medio el instrumento a través del cual era posible alcanzar la tan anhelada “unidad nacional” que promulgaba el gobierno militar. La instalación de la televisión y la distribución de la señal en todo el territorio nacional, permitía de una manera más clara vivenciar el proyecto político propuesto por Rojas, no sólo por lo que se podría transmitir en sus contenidos en términos de discursos, inauguraciones, etc., sino también por que permitía la materialización de esa unidad a través de la vinculación de zonas distantes del país.

Sobre este tema la editorial del *Boletín de Programas* de la Radiodifusora Nacional bajo la dirección de Fernando Gómez Agudelo en su número 116 del mes de febrero comentaba:

De ahora en adelante la televisión –de más fácil acceso y más al alcance de las posibilidades espirituales del hombre moderno- debe proporcionar un medio de difusión de las ideas que contribuya a establecer fuerte vínculos de unión entre los hombres, y a crear en ellos una conciencia de responsabilidad y de respeto frente al organismo nacional. / La televisión, pues, llenará una función ampliamente patriótica [...] ²⁰.

Sin embargo a partir del estudio de los comunicados emitidos por el *Boletín de Programas* de la Radiodifusora Nacional y de declaraciones del propio presidente, es posible señalar que el carácter político no agotó todos los intereses que en ese momento el gobierno tuvo con respecto al establecimiento de la televisión en el país, o que por lo menos quiso expresar ante la opinión pública. Por el contrario, los comunicados emitidos meses antes de la inauguración, enfatizaron en las cualidades transformadoras que tenía la televisión y que el gobierno quería utilizar en beneficio de la “educación popular” y la “difusión cultural”.

Al respecto, el *Boletín* comentaba:

Dentro de un amplio proyecto de educación popular y de difusión cultural, el gobierno, para complementar con los últimos adelantos de la técnica moderna las funciones de la Radiodifusora Nacional, inaugurará el 13 de junio del presente año los servicios de televisión en la capital de la República. Así Colombia se coloca en los primeros lugares, en el mundo, como país que pone al servicio de la educación un método tan efectivo y moderno, y tan lleno de incentivos para todas las clases sociales ²¹.

Para el gobierno de Rojas, la televisión entendida como un “método” y un “vehículo de cultura”, tenía grandes capacidades de cambiar y “transformar totalmente al hombre mismo”. Era precisamente esta posibilidad la que le interesaba canalizar para los fines educativos del gobierno, ya que el descuido de este “problema” en términos de Rojas, lo único que había hecho era “darle una mayor movilidad a la barbarie”; por tanto, según él, los esfuerzos para mejorar la educación, serían “el mayor multiplicador económico de progreso” ²². Para el gobierno y para la Radiodifusora Nacional, su principal órgano de divulgación cultural a través de su *Boletín de Programas*, la televisión constituía “uno de los adelantos técnicos más poderosos” ²³ y se ubicaba además, en el último lugar de las “creaciones de la técnica moderna” tales como la imprenta, la radio y el cine. Según la lectura que el *Boletín* hacía de esta continuidad tecnológica:

Hace 500 años la invención de la imprenta inició un trascendental ciclo de progreso en el dominio de la transmisión de ideas y pensamientos apreciables en los conjuntos humanos. / Hace 50 años, el automóvil revolucionó la vida del hombre, porque hizo posible que la gente se desplazara de un lugar a otro y viera cosas que nunca había visto. / Hace 25 años, la radio estableció un medio instantáneo de hacer llegar a las personas lo que puede ser comunicado por el sonido exclusivamente. / Hoy, la Tv. ha abierto una nueva era de lo esencial y fundamental en comunicaciones. En efecto, ella es el medio completo que ofrece a la gente una esfera de actividad y un caudal de experiencias que no podría lograr por otro camino. / La Tv. es algo más que informar o describir. Lleva al público al lugar de los acontecimientos -a sitios donde no puede ir en persona- y le permite ver y oír lo que está sucediendo. Y lo pone en contacto, frente a frente, con los conductores del país y del mundo actual. / Por razón de estas cualidades específicas, la Tv. es un medio cuyo impacto en el pueblo y cuya influencia en nuestra sociedad no tiene par en la historia de las comunicaciones[...]²⁴.

Lo concerniente a la educación, según Rojas, no sólo incluía programas de alfabetización; se pensaba además, que la “educación artística popular, artesanal y técnica” debía ser extendida para “llevar una mayor alegría a nuestro pueblo y hacerlo participe de los frutos de la cultura”.

Cabe mencionar, que el uso de los medios de comunicación diferentes a la imprenta, no era nuevo en los proyectos de divulgación educativa realizados por Rojas. La Acción Cultural Popular (ACPO), que comenzó como el programa de Escuelas Radiofónicas de Sutatenza, había sido inaugurado por Rojas en 1949 cuando era Ministro de Comunicaciones²⁵; aunque éste ya había sido iniciado en 1947 por el padre José Joaquín Salcedo en el Valle de Tenza (Boyacá), con el fin de alfabetizar y catequizar en el campo²⁶. También fue muy importante el decreto 3226 del 5 de noviembre de 1954, emitido bajo el gobierno de Rojas, por el que se disponía que todas las empresas agrícolas, ganaderas y forestales que tuvieran cinco o más personas a su servicio residentes en ellas, estaban obligadas a establecer y sostener una escuela radiofónica²⁷.

la televisión como dependencia de la radiodifusora nacional

La importancia que Rojas le atribuía a la televisión para la consecución de sus planes de “educación popular y divulgación cultural”, y el corto tiempo con que se contaba para la inauguración –sólo un año a partir de su posesión- fueron consideraciones fundamentales a la hora de establecer en manos de quién quedaba tan importante empresa. Según Téllez, Rojas aceptó la propuesta de Arango en la que le sugería que la televisión estuviera bajo el control directo de la ODIPE:

[...]el presidente que había sido ministro de comunicaciones en el gobierno de Mariano Ospina Pérez, en 1949, no apoyaba la idea de Jorge Luis Arango, de que ella fuese una dependencia directa de la presidencia a través de la ODIPE sino que más bien estuviese bajo el control en su organización y estructuración de los ministerios de Educación, Comunicación y Gobierno, engendro que, naturalmente, entrabaría su pronta creación, por cuestiones de procedimiento. [...] El general terminó aceptando la propuesta de Arango [...] se comprometía a inaugurar la televisión colombiana el 13 de junio de

1954, para conmemorar el primer año de gobierno del General Rojas Pinilla, dando así cumplimiento a la promesa hecha al pueblo de que él introduciría a Colombia el nuevo y más influyente medio de comunicación en el mundo²⁸.

Una vez designada la televisión dependencia directa de la ODIPE, era más fácil para Arango disponer los preparativos para su inauguración, ya que las decisiones sólo tenían que pasar por su oficina. Además, de esta manera no era necesario que los ministerios y la Contraloría General aprobaran el presupuesto para la compra e instalación de los equipos, ya que la ODIPE contaba con su presupuesto propio aprobado y con disponibilidad suficiente de fondos. En 1953 encargó al joven director de la Radiodifusora Fernando Gómez Agudelo de poner en marcha la televisión²⁹. Teniendo en cuenta el interés educativo y cultural que el gobierno militar promulgaba en torno a la televisión, se puso el proyecto bajo el funcionamiento de la Radiodifusora Nacional, entidad que por 14 años venía ejerciendo una tarea de divulgación cultural; por tanto, la nueva labor de la Radiodifusora, se entendió primordialmente como una prolongación del trabajo que venía realizando en radio. Al respecto el *Boletín de Programas* en su editorial de marzo de 1954 publicó: “La Radiodifusora Nacional [...] realizará una **Televisión** guiada por los mismos principios de cultura y buen gusto, que hasta ahora han orientado su labor en el campo de la radiodifusión”³⁰. En cuanto al tipo de programas que se planeaba presentar, el *Boletín* comentaba:

Las directivas de la Televisión Nacional preparan activamente secundadas por expertos en la materia, una serie de programas educativos y culturales que, por su carácter eminentemente didáctico y su índole recreativa, estarán al alcance de las clases populares, sin excepción alguna³¹.

Una condición primordial que el gobierno quería destacar con respecto a la televisión, era su democratización, en el sentido de que sectores de la población en condiciones sociales, económicas y educativas diversas, podrían disfrutar igualmente de su programación. Por tanto el reto estaba precisamente en saber presentar esos programas educativos y culturales de una manera “didáctica y recreativa” como anunciaba el boletín. La materialización de esta propuesta y el significado que pretendía divulgar, sólo se va a conocer una vez iniciada la programación; sin embargo, cabe mencionar, que teniendo en cuenta que la labor de la Radiodifusora con respecto a la televisión, se entendía como una prolongación de la realizada en radio, esta propuesta “educativa y cultural” tenía unas referencias muy importantes en los desarrollos que en este campo se venían dando en la programación radial y en las publicaciones musicales y artísticas del *Boletín de Programas*³².

El establecimiento de la televisión colombiana, bajo el auspicio estatal y como un medio educativo y cultural, era particular en el contexto latinoamericano. La tendencia era claramente hacia el establecimiento de la televisión comercial con ayuda de promotores foráneos como había acontecido en los otros países de Latinoamérica³³. En Colombia inclusive, es preciso mencionar algunos intentos que se llevaron a cabo desde 1951 por instalar estaciones comerciales en Bogotá, Cali, Medellín y Barranquilla, con la ayuda de financiación estadounidense; sin embargo, estos no tuvieron ningún resultado³⁴. En Bogotá la cuestión se venía discutiendo desde 1950, pero el proyecto no se concretó por ser

demasiado costoso y porque según algunos, Bogotá contaba ya con “suficientes diversiones para que se justificara agregarle una adicional”³⁵.

La televisión había sido expuesta por primera vez al mundo en Berlín para la inauguración de los Juegos Olímpicos de 1936 y en países como Inglaterra y Estados Unidos se venía trabajando con canales experimentales, pero sólo desde finales de la segunda guerra mundial fue que la televisión alcanzó desarrollos considerables³⁶. En los primeros años de la década de los cincuenta en Estados Unidos, se estaba instalando la televisión comercial y en Latinoamérica, Colombia entraba a ser el sexto país en instalarla después de Cuba, México, Venezuela, Brasil y Argentina.

Era precisamente frente a este carácter comercial predominante en el mundo, que antes de la inauguración de la televisión, la Radiodifusora Nacional, a través de su director Gómez Agudelo se declaraba en contra:

Los buenos o malos resultados de la Televisión, de la misma manera que la radio, dependen de la naturaleza y calidad de los programas transmitidos. Así en varios países se han podido apreciar los defectos de una televisión comercial, organizada a base de programas en los que el mal gusto y el pésimo contenido corren parejos. Sin embargo, no podemos afirmar por ello que la televisión sea un fracaso: lo que ha existido es un mal empleo de ella. La Radiodifusora Nacional, por el contrario, realizará una televisión guiada por los mismos principios de cultura y buen gusto, que hasta ahora han orientado su labor en el campo de la radiodifusión³⁷.

la importación del personal técnico y equipos de transmisión

Teniendo en cuenta que en Colombia no se contaba ni con los equipos, ni con el personal técnico preparado para poner en funcionamiento la televisión, era necesario, siguiendo lo que había sucedido en los otros países latinoamericanos, contar con la ayuda de países con una tecnología de vanguardia. Finalizada la Segunda Guerra Mundial, la tecnología de las comunicaciones había sido un campo muy investigado y desarrollado por países como Estados Unidos y Alemania, y fue precisamente de éstos de donde se trajeron los equipos de transmisión. Para la emisión y radiación, fueron equipos de la Siemens y para la dotación de estudios y cámaras, fueron los equipos Dummont de Estados Unidos³⁸. Los equipos alemanes fueron los recomendados para las condiciones montañosas del territorio colombiano, según los expertos que realizaron los estudios correspondientes³⁹.

Al ser la televisión una dependencia de la ODIPE, el transporte de los equipos fue mucho más ágil, ya que se evitaron normas y obstáculos de procedimiento para la traída. Según la poca información que al respecto aparece en los diarios, los equipos fueron traídos directamente al Aeropuerto de Techo en Bogotá y en aviones del gobierno.

Además del personal traído desde Alemania por la Siemens para la instalación de los equipos, Gómez Agudelo trajo de La Habana un grupo de cubanos entre los que había directores, productores y camarógrafos. Aprovechando el cierre del canal local en el que trabajaban, Gómez los contrató con el fin de que se encargaran de poner en funcionamiento

la televisión. El 24 de mayo de 1954 el *Diario de Colombia* anunció: “Mañana llegan los expertos en Televisión. Ocho técnicos cubanos contratados por el gobierno, encabezados por el productor Gaspar Arias”⁴⁰.

Frente a la gran empresa desplegada por el gobierno para la importación de personal técnico y equipos de transmisión, no faltaron las críticas. Joaquín Quijano, uno de los precursores de la televisión, menciona lo siguiente sobre lo que él titula un *Terrorismo psicológico*:

De todas partes, ende y allende, comenzaron a llegar a Palacio toda suerte de tenebrosas advertencias “de alto origen técnico”, inclusive de los manufactureros más importantes, donde se predecía sin ambages el ineludible “fracaso técnico” que implicaría esa “torre de babel” y la entrega del proyecto a gentes “sin experiencia”[...]⁴¹.

Según los planteamientos de Quijano, las críticas se originaban en el hecho de que se estaban uniendo las tecnologías europeas y americanas, y en que se iban a utilizar unas antenas de muy alta ganancia que no eran convencionales. A esto le suma “la reaparición de la industria alemana, apenas terminada la guerra, en un campo de grandes perspectivas y absoluta exclusividad”⁴².

Frente a este tipo de escepticismo, Gilberto Alzate Avendaño comentó el 3 de marzo en el *Diario de Colombia*:

Ante el desconcierto de los pesimistas, de los eternos augures de desastres, de los que no pueden creer en la acción por la propia infertilidad de sus vidas, el gobierno garantiza que el 13 de junio funcionarán en Colombia los primeros equipos de televisión. Para muchos un ideal inalcanzable, algo del otro mundo, una fábula para las gentes ingenuas, que no veríamos sino cuando pasara de actualidad, como las modas⁴³.

Una vez instalados los equipos en los sótanos de la Biblioteca Nacional, lugar que se eligió como provisional mientras se construía una sede apropiada, e instalada la antena de emisión en la azotea del Hospital Militar, se comenzaron a realizar transmisiones de prueba⁴⁴. El equipo de los estudios era básicamente dos cámaras, una trípode (quieta) y otra dolly (móvil), ambas para tomar imágenes desde diferentes ángulos y los equipos de sincronización e iluminación⁴⁵. El primero de junio con la ayuda de los cubanos, se hizo una transmisión desde la Biblioteca Nacional “donde todo estaba listo esa noche. Se transmitió una imagen impecable, que tranquilizó los ánimos de un puñado de participantes, atizando aún mas la expectativa, porque ya había receptores instalados en todos los periódicos y en varias vitrinas”⁴⁶.

la importación, distribución y venta de los televisores

“Ha comenzado la invasión de televisores a Bogotá”, fue el titular que el *Diario de Colombia* publicó en su edición de mayo 21 de 1954. Según el artículo, la primera carga de televisores importada directamente por el gobierno, tenía el objetivo de servir de muestra:

“para que las gentes que no pueden comprar el suyo propio, puedan, al menos, tomarle gusto a la televisión”⁴⁷.

Los televisores que inicialmente llegaron al país desde los primeros días del mes de mayo, fueron marca Phillips, empresa que había sido contratada por el gobierno para la importación de los aparatos. Sobre la llegada de los “telerreceptores”, el *Diario de Colombia* en su edición del 8 de mayo comentó:

Philips se escogió en una licitación abierta por el gobierno, por su calidad y garantías de orden técnico.[...] Aprobado el contrato respectivo, la Philips envió desde Holanda los telerreceptores que ayer, en las horas de la tarde, fueron desembarcados en Bogotá. Su entrega oficial se realizará en pocos días⁴⁸.

Los destinos de esos primeros televisores por disposición del gobierno, fueron embajadas y posteriormente las oficinas de los principales diarios. Meses antes de la inauguración, aparecieron en los periódicos anuncios del gobierno en los que se mencionaba que aún quedaban televisores “para ser instalados en lugares públicos. Favor mandar inscripciones a la radiodifusora”⁴⁹. Según los comentarios en los diarios, la instalación de aparatos en las embajadas y principales diarios capitalinos entre los que se contaba *El Tiempo*, *El Espectador* y el *Diario de Colombia*, era un *obsequio* del gobierno. “En las embajadas instalan equipos para televisión. El montaje será costado por el gobierno nacional, que en esta forma quiere hacer efectivo su plan de realizaciones”⁵⁰.

El precio inicial con que llegaron los televisores a Bogotá fue alto (\$600 y \$1.000 aproximadamente), y como la idea del gobierno era convertir este medio en uno de gran divulgación y difusión, resultaba necesario popularizar su adquisición. Por tanto, lo que hizo el gobierno, fue poner a las casas comerciales en el negocio, a través de una exención de impuestos en la importación de aparatos con el fin de bajar los precios⁵¹.

Las firmas importadoras se encargaron también de instalar algunos televisores en sus almacenes, con el fin de hacer publicidad. La Phillips puso en exhibición un televisor de 21 pulgadas que costaba 1.000 pesos en la vitrina principal de su “Radiocentro Phillips” de la calle 25⁵². Otras firmas como la “Stuart-Warner Corporation”, que también se dieron a la tarea de importar aparatos, buscaron a través de avisos publicitarios distribuidores para sus televisores⁵³.

Aunque no había señal, los televisores permanecían prendidos en los lugares públicos, lo que igualmente era impactante entre los transeúntes. Según el *Diario de Colombia*:

En algunas vitrinas de almacenes de Bogotá apareció en la mañana del lunes un artefacto que muchos, pero muchos, no conocían sino en los avisos de las revistas y periódicos norteamericanos y tal vez en el cine: Los televisores. Es el principio -se calcula todo el mundo muy razonablemente - de una invasión de tales máquinas, pues se acerca ya el 13 de Junio, día de fiesta nacional [...] ⁵⁴.

De la misma manera, el artículo publicado el primero de junio de 1954 en el *Diario de Colombia* titulado “Encendido el primer aparato de televisión en la capital. Una nueva industria surge en el país”, comentó el gran asombro que las rayas emitidas por la televisión

causaba en los transeúntes. Sobre la instalación de los aparatos en las casas comerciales agregaba que “el primer radio-receptor de televisión marca Copehart, de pantalla de 21 pulgadas, y con capacidad de 110 watios, fue encendido ayer en el almacén “El regalo” de Alfonso Cuellar que funciona en la carrera séptima con calle 18”, al respecto el dueño del almacén, el señor Cuellar dice: “Nosotros ya tenemos pedidos de tele-receptores, y nos proponemos importarlos en gran escala en el país, y constituirá un rotundo éxito económico. Todo el comercio está dispuesto a patrocinar programas, y esa es la base de éxito”⁵⁵.

Estas disposiciones por parte del gobierno y de las firmas particulares para la instalación de televisores en lugares públicos, instauraron un nuevo ambiente en las calles bogotanas. La gente se detenía frente a las vitrinas a comentar el nuevo aparato, y aún mucho más después de la inauguración cuando se empezaron a transmitir programas entre las 7 y 9 de la noche. El 14 de junio Alvaro Monroy, entonces comentarista de espectáculos en *El Espectador*, señaló al respecto:

Tal como se usa en la mayoría de las ciudades de los Estados Unidos, de la Habana, de México, de Caracas, Río de Janeiro, San Pablo y Buenos Aires, varios cafés de la ciudad instalaron televisores, tales como el Leon's Bar, el Alcázar, Avenida Jiménez, junto a El Automático; el Regina, carrera 9ª no. 14-53; El Estela, calle 13 no. 16-29; El Asturiano, carrera 13 no. 13-74 y otros más cuyos nombres se nos escapan. Cuando el programa de televisión se inició con la ejecución del himno nacional, interpretado por la Orquesta Sinfónica Nacional, miles de bogotanos apostados ante los televisores expresaron su asombro, y no obstante la lluvia, guarecidos con paraguas y periódicos, esperaron pacientemente el desarrollo del programa⁵⁶.

La reacción por parte de los bogotanos ante la oferta de los televisores en las vitrinas no se hizo esperar y en todo el mes previo a la inauguración de la televisión, varios bogotanos dieron abonos en los almacenes para la compra de televisores⁵⁷.

Teniendo en cuenta que el deseo del gobierno era ampliar el servicio y ponerlo al alcance de un sector considerable de la población, no solamente al de las clases adineradas, abrió una licitación y por decreto 3329 del 17 de noviembre de 1954, autorizó la compra de 15.000 televisores para que fueran vendidos por intermedio del Banco Popular, hasta con un plazo de doce meses y con una cuota no inferior al 25 % del valor respectivo de aparato⁵⁸. En cuanto al transporte, contrató a la firma Ramón Cuellar para que los importara. Según la noticia del *Diario de Colombia* que anunció la traída eran:

Tele-receptores adquiridos en los Estados Unidos por el gobierno nacional, con el objeto de difundir la televisión entre el pueblo. Los aparatos estarán en el país en breve plazo, y serán distribuidos a precios populares. Con una cuota de sesenta pesos mensuales, el ciudadano común podrá llevar a su residencia el tele-receptor⁵⁹.

Fue así, como en diciembre de ese mismo año, arribaron al puerto de Cartagena en un buque de la Flota Mercante Grancolombiana, 5.000 televisores, quedando aún 10.000 más que completaban el pedido⁶⁰.

La medida tuvo gran éxito, debido especialmente al bajo precio de los aparatos, que eran de 21 pulgadas y a \$385 con su antena correspondiente, y a que era temporada de navidad, lo que facilitaba su compra⁶¹. El *Diario de Colombia* publicó el 24 de diciembre en primera página “Mil televisores Emerson vendidos ayer en la ciudad”. Informó además, sobre las largas colas que se formaban frente a los almacenes particulares y oficinas del Banco Popular, para separar cupos en la venta de los televisores⁶².

La costosa importación de los equipos, se entendía en el marco de la bonanza que se venía experimentando, fruto de los buenos precios internacionales del café y de los crecientes esfuerzos de industrialización. En general, el ambiente era de confianza dada la coyuntura económica por la que pasaba el país. En el mes de octubre empezó la producción de hierro y acero en la Siderúrgica de Paz del Río, proyecto que hacía parte del programa de fomento que el economista Lauchlin Currie había concebido para Colombia bajo el gobierno de Laureano⁶³. Además, había una fuerte campaña del gobierno por difundir una imagen positiva de Colombia, dentro del país y en el exterior, por lo que se empiezan a hacer películas resaltando los sitios turísticos y a hacer campañas para promover el turismo nacional⁶⁴.

La campaña de distribución y venta de los aparatos por parte del gobierno fue muy exitosa. Inicialmente en Bogotá y después en ciudades a las que llegó el servicio como Cali y Medellín desde el mes de septiembre de 1954, las vitrinas de los almacenes estuvieron colmadas de televisores según los comentarios hechos por los diarios al respecto.

Sobre la forma en que los televisores llegaron a país existe muy poca información. Específicamente en los diarios, teniendo en cuenta la censura de prensa por la que atravesaban, cabe suponer que la publicación de este tipo de información era muy controlada. Además, se puede pensar, que debido a la excitación que despertaba el acontecimiento, no se despertó un interés entre la opinión pública por conocer la forma en que estos televisores habían llegado al país, considerando suficiente la versión oficial que sólo informaba que se había hecho por licitación y por pedidos directos del gobierno. Fue con la caída de Rojas en 1957 cuando salieron a relucir los métodos poco ortodoxos que el gobierno utilizó para cumplir efectiva y rápidamente con el número de televisores necesarios y al precio adecuado que requerían sus deseos de popularizar el servicio.

Sobre el transporte de los televisores, Gabriel García Márquez menciona en el prólogo del *Relato de un Náufrago* algunas ideas interesantes. Cuando el escritor relata que tuvo al náufrago Luis Alejandro Velasco frente a él para comenzar a trabajar en la crónica de su naufragio, se llevó una gran sorpresa ya que la versión del náufrago no coincidía con la oficial que anunciaba el naufragio de ocho marineros a raíz de una tormenta en una embarcación de la marina de guerra colombiana. García Márquez comenta al respecto:

La verdad, nunca publicada hasta entonces era que la nave dio un banderazo por el viento en la mar gruesa, se soltó la carga estibada en cubierta, y los ocho marineros cayeron al mar. Esa revelación implicaba tres faltas enormes: primero estaba prohibido transportar carga en un destructor; segundo, fue a causa del sobrepeso que la nave no pudo maniobrar para rescatar los náufragos; y tercero, era carga de contrabando: neveras, **televisores**, lavadoras⁶⁵.

Sobre la negociación de los televisores con la Phillips y el Banco Popular, también existen declaraciones que dan cuenta de cierta irregularidad. En una carta del segundo secretario de la embajada de los Estados Unidos Richard A. Poole al Departamento de Estado en Washington el primero de agosto de 1956, éste afirma que la Phillips Colombiana S. A. había pagado un soborno de 100.000 dólares a Samuel Moreno Díaz (director del *Diario de Colombia* y esposo de Maria Eugenia Rojas) en relación con el contrato para la venta de 10.000 televisores al Banco Popular, por su actuación como intermediario en la transacción⁶⁶.

la inauguración el 13 de junio

Días antes del 13 de junio, el gobierno venía anunciando todos los preparativos y la programación de la celebración en Bogotá y en todo el país de su “Fiesta Cívica”. La inauguración de la televisión era una más en la lista de los desfiles, conciertos, visitas e inauguración de obras de ingeniería, etc. Sin embargo, a raíz de los sucesos del 8 y 9 de junio en los que unos soldados dispararon contra unos estudiantes que manifestaban en conmemoración de la muerte de un compañero el 8 de junio de 1929, se cancelaron muchas de las actividades planeadas. Los sucesos del 8 de junio esa tarde de 1954 en Bogotá, habían dado como resultado la muerte del estudiante Uriel Gutiérrez. Al día siguiente, las cosas empeoraron cuando el ejército disparó de nuevo en contra de la manifestación que había tomado más fuerza a raíz de la muerte del estudiante Gutierrez, dando como resultado la muerte de otros 17 estudiantes. Frente a esto, el gobierno declaró un luto nacional y ordenó que se cambiara el programa del 13 de junio, dejando sólo algunos eventos, entre los que se encontraba la inauguración de la televisión.

A pesar del velo de tragedia que cubría ese 13 de junio, la inauguración de la televisión no dejó de ser un gran evento, por lo menos en la ciudad de Bogotá, que se debatía entre la tragedia de esos días y las conmemoraciones que el presidente no quería dejar pasar. Sobre este día Fernando Gómez Pacheco, recuerda:

En casa vi televisión por primera vez. Era un aparato Phillips que compramos de contado Rafael y yo para regalárselo a papá. Sabíamos que iba ser para él un regalo magnífico porque papá era un tipo que llegaba a las seis de la tarde a la casa y no salía de allí hasta las ocho de la mañana del día siguiente. El televisor llegó el 12 de junio de 1954 a la casa de la calle 18, víspera de la primera transmisión, y lo instalamos en la sala. [...] Lo primero que vimos mi papá, mi hermano y yo, allí sentados en la sala frente al televisor, fue un cartón que identificaba al canal 8. Enseguida apareció en la pantalla una película que mostraba la bandera colombiana ondeando en el aire, mientras sonaban las notas del himno nacional interpretado por la Orquesta Sinfónica. Siguió luego una transmisión desde palacio, en la que habló Rojas Pinilla. Y después vinieron varios números musicales y dramáticos. Hubo un “sketch” cómico de “el Opita”, personaje que se había hecho popular a través de sus programas radiales de los miércoles en la noche. Era la primera vez que miles de personas podíamos ver a quien escuchábamos todas las semanas por radio. Bernardo Romero Lozano, vinculado a la televisión desde la primera noche, presentó enseguida un teleteatro basado en un

cuento suyo. Después salieron al aire algunas piezas de ballet folclórico. Dos horas después la transmisión había terminado⁶⁷.

Pese al escepticismo en ciertos grupos frente a la instalación e inauguración de la televisión en Bogotá, hubo un número considerable de bogotanos en condiciones económicas favorables, a juzgar por los altos precios de introducción de estos aparatos, que adquirieron televisores para ver las primeras emisiones del 13 de junio de 1954. Por un lado, los intereses del gobierno respecto a su propuesta política de celebración de la “fiesta cívica” y los de su proyecto “educativo y cultural”, y por otro, los intereses económicos de los almacenes, fueron creando un ambiente en la ciudad que paulatinamente fue acostumbrando a la gente al tema de la televisión e interesándola además por todo lo que pasaba a su alrededor. El 14 de junio de 1954, al día siguiente de la transmisión inaugural, *El Tiempo* anunció que en sólo un día había aumentado considerablemente la venta de *aparatos receptores de televisión*. El argumento que esgrimían para tal aumento era “la comprobación por parte del público de la buena calidad de la televisión colombiana, que ha causado verdadera sensación en la capital de la República”⁶⁸.

Dentro de los desarrollos posteriores que tuvo la televisión, los dos años siguientes a su inauguración fueron de exploración y experimentación en cuanto al tipo de programas, formas de presentación y contratación de espacios, contenidos, publicidad, etc. Los primeros programas que se emitieron si bien intentaron ajustarse a los deseos del gobierno con respecto a la divulgación de temas culturales y educativos, fueron desapareciendo gradualmente ante la presión de las empresas privadas por financiar otro tipo de programas que se entendían como “divertidos”, como eran los concursos o los de “variedades”.

comentarios finales

La inauguración de la televisión colombiana como un proyecto del gobierno de Rojas Pinilla, se enmarcó, como se ha mostrado a lo largo de este artículo, en sus deseos de conmemorar la “Fiesta Cívica Nacional” del 13 de junio. Sin embargo, el manejo estatal que se propuso desde el comienzo, proyectó una televisión “educativa y cultural” que prolongaría la labor de divulgación y difusión cultural de la Radiodifusora Nacional, alejándose así, de la tendencia predominante en Latinoamérica con vocación comercial.

En la etapa de experimentación y exploración que siguió a la inauguración de la televisión, por el contrario, no estuvieron muy claras las dos opciones con respecto al manejo y programación de la televisión: privatización u oficialización. Durante este período hubo una búsqueda de formas de presentación, realización, financiación y programación, que conjugaron los dos aspectos; es decir, continuando con el criterio educativo y cultural que el Estado como dueño y director de la televisión quería darle, imprimiéndole además diversión y entretenimiento, pero a la vez, permitiendo la financiación de algunos espacios por parte de la empresa privada.

Sin embargo, esta etapa de exploración llegó a su fin en 1956, debido a la dificultad para emitir programas variados y de buena calidad permanentemente, así como a la presión de

las firmas privadas por patrocinar y pautar en el nuevo medio, dando inicio a un sistema de arriendo de espacios directos por parte de la Televisora Nacional a la empresa privada, que llevó a una proliferación de programas, artistas, productores, programadores, canales, etc., que si bien al principio planteó cierta competencia para la programación oficial, terminó dejándola atrás. Además, el carácter oficial de la televisión quedó aún más desprestigiado con la caída de Rojas en mayo de 1957, ya que se le reprochó la divulgación de propaganda política y durante los primeros años del Frente Nacional, se buscó eliminar todo indicio de manejo político en el medio, reforzando así la idea de que la televisión comercial era la salida.

Aunque el énfasis que se ha puesto en este artículo es en el proyecto institucional y estatal desplegado por el gobierno durante estos años con respecto a la televisión, lo que se pretende dejar esbozado en estos comentarios finales es, entre otras cuestiones, la importancia de hacer estudios adicionales relacionados con los procesos de recepción, rechazo y/o aceptación por parte del público, así como análisis de contenido, que de igual forma, son fundamentales para el estudio de los medios de comunicación en cuanto a su papel en la sociedad de hoy, y específicamente para el análisis de los procesos de conformación de audiencias señalados por los estudios de recepción. Igualmente, resulta importante estudiar a los medios de comunicación en su papel como portadores de la modernidad, que desde su configuración inicial están involucrando no sólo a los televidentes, sino a todas las personas a su alrededor, en procesos de cambio que ponen en contacto a la gente con nuevas maneras de entender y asimilar el mundo.

De esta manera, vale la pena insistir en la importancia de que la historia como perspectiva de análisis, forme parte más amplia de los estudios dedicados a los medios de comunicación, que con frecuencia se mantienen en un plano de actualidad con un espesor temporal muy reducido. Esto permitiría entender mejor los cambios que se han dado en el papel de los medios, su desarrollo como partes de una industria cultural regida en buena parte por criterios de mercado, y sobre todo su papel como instituciones sociales y culturales con un impacto fundamental en la vida cotidiana de las personas.

□ Historiadora y antropóloga de la Universidad de los Andes. Este artículo es una versión de los capítulos 1 y 2 de la monografía de grado para optar por el título de historiadora. Fue realizada en el segundo semestre del año 2000 y titulada “El establecimiento de la televisión en Bogotá: Un proyecto político y cultural auspiciado por el gobierno de Rojas Pinilla (1953-1956)”.

¹ Hasta la inauguración de los canales privados en 1999, la televisión colombiana se caracterizó desde 1956, por lo que se ha llamado un *régimen mixto* de programación, es decir, a la vez público y privado, en el que el gobierno adjudicaba los espacios a particulares para su explotación. BASTEIRO, María Isabel, “La televisión: cuatro décadas en Colombia”, en *Tv & Video*, vol. 2, Ed. 3, mayo-junio, 1996, pp. 33-36, p. 36.

² MARTÍN BARBERO, Jesús, “Experiencia audiovisual y desorden cultural”, en Martín Barbero, Jesús y Fabio López de la Roche (eds.), *Cultura, medios y sociedad*, Bogotá, CES/Universidad Nacional, 1998, pp. 27-64, p. 37.

³ MONSIVÁIS, Carlos, “La cultura popular en el ámbito urbano: el caso de México”, en *Comunicación y culturas populares en Latinoamérica*, México, FELACS, Ediciones Gili, 1987, pp. 113-133, p. 126.

⁴ TIRADO MEJÍA, Alvaro, “Rojas Pinilla: del golpe de opinión al exilio”, en *NHC*, Bogotá, Planeta, 1989, vol. II, Cap. 5, pp. 105-126, p.108.

- ⁵ En agosto de 1955 fue suspendido el periódico *El Tiempo* debido a que se negó a publicar durante treinta días la versión oficial de la muerte de unos periodistas asesinados en el departamento de Caldas. Luego en el mismo mes debido al hostigamiento, *El Espectador* tuvo que dejar de editarse. En lugar de esos dos diarios aparecen en febrero de 1956 *El Independiente*, en reemplazo de *El Espectador* y *El Intermedio* en reemplazo de *El Tiempo*.
- ⁶ TIRADO MEJÍA, Alvaro, “Rojas Pinilla...”, *op. cit.*, pp. 122 y 123.
- ⁷ GALVIS, Silvia, *El jefe supremo Rojas Pinilla en la violencia y el poder*, Bogotá, Planeta, 1988, p. 265.
- ⁸ AYALA DIAGO, Cesar Augusto, “El discurso de la conciliación. Análisis cuantitativo de las intervenciones de Gustavo Rojas Pinilla entre 1952 y 1959”, en *ACHSC*, No. 18-19, Bogotá, 1990-1991, pp. 205-240, p. 208.
- ⁹ Gustavo Rojas Pinilla había nacido en Tunja en una familia de clase media. Empezó estudios de ingeniería en la Universidad Nacional y luego los terminó en una universidad de Estados Unidos. Posteriormente inició una carrera militar que comenzó a ascender militar y políticamente a raíz de su actuación en los sucesos del 9 de abril de 1948, desencadenados debido al asesinato de Jorge Eliécer Gaitán en Bogotá; allí, siendo comandante de la tercera Brigada, logró controlar el movimiento liberal en el valle del río Cauca y recibió un gran reconocimiento militar. En 1949 Ospina Pérez lo nombró ministro de Comunicaciones. Luego, siendo comandante en jefe de las Fuerzas Armadas, puesto creado en 1951 por Laureano Gómez como el más alto en la jerarquía militar y que unificaba bajo su poder a las tres armas: tierra, marina y aviación, fue enviado a Washington por Gómez con la intención de alejarlo del ambiente político nacional. Es en 1953 cuando llega al país para ponerse al tanto de cuestiones políticas. Sobre el tema ver: URÁN, Carlos H., *Rojas y la manipulación del poder*, *op. cit.*; TIRADO MEJÍA, Alvaro, “Rojas Pinilla Del golpe de opinión al exilio”, *op. cit.*, y el artículo de AYALA DIAGO, Cesar Augusto, “El discurso de la conciliación. Análisis cuantitativo de las intervenciones de Gustavo Rojas Pinilla entre 1952 y 1959”, *op. cit.*
- ¹⁰ GALVIS, Silvia, *op. cit.*, p. 265
- ¹¹ AYALA DIAGO, Cesar Augusto, “Fiesta y Golpe de Estado en Colombia”, en *ACHSC*, No. 25, Bogotá, 1998, pp. 274-308.
- ¹² GALVIS, Silvia, *op. cit.*, pp. 266 y 268.
- ¹³ Editorial, *Boletín de Programas*, Año XIII, No. 120, junio de 1954, p. 1.
- ¹⁴ AYALA DIAGO, Cesar Augusto, “Fiesta y Golpe de Estado en Colombia”, *op. cit.*, p. 289.
- ¹⁵ *Ibíd.*, pp. 283-284 y 292.
- ¹⁶ Medófilo Medina ha llamado la atención sobre la importancia de tener en cuenta la polivalencia de los populismos a la hora de utilizar esa etiqueta para calificar casos particulares. Según él, esa polivalencia hace referencia específicamente al hecho de que desde la segunda mitad del siglo XX, el término “populista” se le ha aplicado a diversos movimientos en el mundo, cada uno de ellos originado en entornos nacionales muy diferentes. Tal es el caso del *Narodnshestvo* (1865-1895) en Rusia y el *Populist Party* (1895-1905) en Estados Unidos, o los populismos latinoamericanos entre 1930 y 1960, en los que tanto la base social como el sentido político y los programas que han impulsado desde la calle o han ejecutado en el gobierno han sido muy diferentes. De igual manera, la polivalencia señalada por Medina, hace referencia a la diversidad de modelos teóricos elaborados por científicos latinoamericanos o por latinoamericanistas extranjeros sobre el tema de los populismos. MEDINA, Meófilo, “No es sólo populismo”, en *Lecturas Dominicales*, 17 de diciembre de 2000, pp. 2-4.
- ¹⁷ LÓPEZ DE LA ROCHE, Fabio, “Aspectos culturales y comunicacionales del populismo rojista en Colombia (1953-1957). Nuevas aproximaciones al populismo en América Latina”, en *Signo y Pensamiento*, No. 29. Vol. XV. Universidad Javeriana: Facultad de Comunicación y Lenguaje, 1996, pp. 81-94.
- ¹⁸ AYALA, *op. cit.*
- ¹⁹ LÓPEZ DE LA ROCHE, Fabio, “Aspectos culturales y comunicacionales del populismo rojista en Colombia 1953-1957”, *op. cit.*
- ²⁰ “Televisión”, en *Boletín de Programas*, Año XIII, No. 116, febrero de 1954, p. 33 .

²¹ *Ibíd.*

²² *Ibíd.*

²³ “Apartes de las palabras pronunciadas por el director de la emisora el 1 de febrero, 14 avo. aniversario de su fundación”, en *Boletín de Programas*, Año XIII, No. 117, marzo de 1954, p. 1.

²⁴ “La Tv. como Vehículo de la cultura”, *Boletín de Programas*, Año XIV, No. 136, noviembre de 1955, s.p.

²⁵ *Ibíd.*

²⁶ Esta campaña educativa de la ACPO se consolidaba con la entrega periódica de radios marca Philips. *El Tiempo*, enero 3 de 1955, p. 9.

²⁷ *Diario de Colombia*, noviembre 17 de 1954, p. 3.

²⁸ TÉLLEZ B., Hernando, *Veinticinco años de televisión colombiana*, Radio Televisión Interamericana S.A., s.l., 1979, p. 22.

²⁹ Sobre Fernando Gómez Agudelo, Joaquín Quijano comenta que era entonces un estudiante de derecho, que había hecho estudios de reproducción electrónica de sonido en radiodifusión y equipos profesionales y que escribía en *El Siglo* una columna sobre música culta y fue así como lo conoció Jorge Luis Arango. QUIJANO, Joaquín, “Cómo nació nuestra T.V.”, *op. cit.*, pp. 5 y 20.

³⁰ “Televisión cultural desde el 13 de junio”, en *Boletín de Programas*, Año XIII, No. 117, marzo de 1954, p. 37.

³¹ “La televisión y la cultura popular”, en *Boletín de Programas*, Año XIII, No. 124, octubre de 1954, p. 47.

³² Sobre este tema ver la monografía de grado de la cuál hace parte este artículo “El establecimiento de la televisión en Bogotá: Un proyecto político y cultural auspiciado por el gobierno de Rojas Pinilla 1953-1956”, Universidad de los Andes, enero de 2000.

³³ En países como México y Venezuela, la televisión había sido creada con intereses comerciales. Frente a este tipo de experiencias, Chile, por ejemplo, inició en 1959 la televisión bajo el alero de las universidades, pero con venta de publicidad. SEISSUS GARCIA, Dionisio, “Modernidad, estilos de vida y consumo de televisión en Chile. Un análisis de la audiencia de televisión de fines de siglo XX”, en SUNKEL, Guillermo (coord.), *El consumo cultural en América Latina*, Convenio Andrés Bello, Bogotá, 1999, pp. 371-394.

³⁴ QUIJANO, Joaquín, “Cómo nació nuestra T.V.”, *op. cit.*, p. 5

³⁵ *El Tiempo*, 26 de junio de 1950, tomado de “Vida Cotidiana 1904-1920”, en Fundación Misión Bogotá, *Historia de Bogotá*, Bogotá, Ediciones Lerner, Villegas Editores y Salvat Editores, 1989, Tomo II Siglo XX, vol. 10., Capt. III, pp. 11-54, p. 44.

³⁶ TÉLLEZ B., Hernando, *Veinticinco años de televisión colombiana*, *op. cit.*, p. 20.

³⁷ “Televisión cultural desde el 13 de junio”, *Boletín de Programas*, Año XIII, No. 117, marzo de 1954, p. 37.

³⁸ VIZCANO G., Miliciades (coord.), *Historia de una travesía. Cuarenta años de televisión en Colombia*, Bogotá, Inravisión, 1994, p. 18.

³⁹ Téllez menciona que Gómez Agudelo viajó a Boston (USA) para estudiar junto con un grupo de expertos en radiodifusión, las condiciones del suelo colombiano y el tipo de equipos que más le convenían. Entre esos expertos se encontraba su hermano, doctorado en Física del MIT (Massachusetts Institute of Technology). TÉLLEZ B., Hernando, *Veinticinco años de televisión colombiana*, *op. cit.*, p. 23.

⁴⁰ *Diario de Colombia*, mayo 24 de 1954, p. 1

⁴¹ QUIJANO, Joaquín, “Cómo nació nuestra T.V.”, *op. cit.*, p. 5.

⁴² *Ibíd.* p. 6.

⁴³ *Diario de Colombia*, marzo 3 de 1954, p. 3.

⁴⁴ *El Tiempo*, mayo 1 de 1954, p. 3. Desde el momento mismo en que se comenzaron a hacer los preparativos para la inauguración de la televisión, se pensó en una edificación adecuada para la ubicación de los estudios

y de los equipos. El arquitecto Gabriel Serrano Camargo fue enviado a Nueva York por Gómez Agudelo en los primeros meses del año de 1954, para que estudiara los últimos adelantos en la materia. El informe para una construcción monumental de una central de televisión y radio, se presentó ante el mismo presidente a nombre de la empresa Cuellar Serrano Gómez y Cia. Ltda.; sin embargo, dicha edificación nunca se llevó a cabo bajo el gobierno de Rojas. Tomado de *El Tiempo*, septiembre 1 de 1954, p. 13.

⁴⁵ *El Tiempo*, mayo 1 de 1954, p. 3.

⁴⁶ QUIJANO, Joaquín, “Cómo nació nuestra T.V.”, *op. cit.*, p. 6.

⁴⁷ *Diario de Colombia*, mayo 12 de 1954, p. 13.

⁴⁸ *Diario de Colombia*, mayo 8 de 1954, p. 13.

⁴⁹ *El Tiempo*, junio 4 de 1954, p. 1.

⁵⁰ *Diario de Colombia*, mayo 23 de 1954, p. 2.

⁵¹ *Diario de Colombia*, mayo 3 de 1954, p. 1.

⁵² *Diario de Colombia*, mayo 12 de 1954, p. 13.

⁵³ *El Tiempo*, mayo 21 de 1954, p. 1.

⁵⁴ *Diario de Colombia*, mayo 12 de 1954, p. 13.

⁵⁵ *El Tiempo*, junio 1 de 1954, p. 12.

⁵⁶ *El Espectador*, Junio 14 de 1954, tomado de Vizcano G., Miliciades (coord.), *Historia de una travesía. Cuarenta años de televisión en Colombia*, *op. cit.*, p. 25.

⁵⁷ *Diario de Colombia*, mayo 12 de 1954, p. 13.

⁵⁸ *Ibíd.*, p. 28.

⁵⁹ *Diario de Colombia*, octubre 15 de 1954, p. 6.

⁶⁰ BASTEIRO M, María Isabel, “La Televisión: Cuatro Décadas en Colombia”, *op. cit.*, p. 33.

⁶¹ TÉLLEZ B., Hernando, *Veinticinco años de televisión colombiana*, *op. cit.*, p. 39.

⁶² *Diario de Colombia*, diciembre 24 de 1954, p. 7.

⁶³ URIBE CELIS, Carlos, *La mentalidad del colombiano. Cultura y sociedad en el siglo XX*, Bogotá, Ed. Nueva América, 1992, p. 89.

⁶⁴ Las películas eran hechas por la ODIPE, *Diario de Colombia*, marzo 21 de 1954, p. 11. Las campañas se anunciaron en el *Diario de Colombia*. Al respecto ver *Diario de Colombia*, mayo 8 de 1954, p. 10.

⁶⁵ La negrilla es mía. Según García Márquez, en el prólogo de su libro *Relato de un Náufrago*, cuando la historia comenzó a aparecer por episodios en *El Espectador* que era el diario donde él trabajaba, la dictadura desmintió con un comunicado que el destructor llevara mercancías de contrabando. “Una semana después de publicado en episodios, apareció el relato completo en un suplemento especial, ilustrado con las fotos compradas a los marineros. Al fondo de los grupos de amigos en alta mar, se veían sin la menor posibilidad de equívocos, inclusive con sus marcas de fábrica, las cajas de mercancía de contrabando. La dictadura acusó el golpe con una serie de represalias drásticas que habían de culminar, meses después, con la clausura del periódico”. GARCÍA MÁRQUEZ, Gabriel, *El relato de un naufrago*, Bogotá, Ed. Oveja Negra, 19ª. Edición, 1994, p. 10. El mismo García Márquez, cuando era redactor de *El Espectador*, publicó en marzo de 1955 (cuando aún no se había entrevistado con él Luis Alejandro Velasco), casi dos meses después del naufragio, los detalles del acontecimiento, aclarando que no lo había hecho antes por la reserva que desde el primero momento el gobierno mantuvo al respecto. En la versión de los hechos que da, hace mención a la “tempestad” que provocó la caída de Luis Alejandro Velasco al mar. *El Espectador*, marzo 30 de 1955, p.1.

⁶⁶ La carta menciona además que para cubrir los altos sobornos que la Phillips tuvo que pagar en 1956 a los empleados del gobierno por la venta de televisores, esta empresa tuvo que recurrir a “inventar” un nuevo modelo de televisor, variando la designación de un modelo existente, lo que les permitía aumentar el precio por receptor. Esta información que salió a relucir en el proceso que se le siguió a Rojas en el senado, fue

archivada y durante el proceso no tuvo gran relevancia. Tomado de carta de Poole al Departamento de Estado, Agosto 1 de 1956, 721.11/8-156, RG 59, NA., publicada en GALVIS, Silvia, *op. cit.*, pp. 547-548.

⁶⁷ GONZÁLEZ PACHECO, Fernando, *Me llaman Pacheco*, Bogotá, Editorial Plima, 1982, p. 20.

⁶⁸ *El Tiempo*, junio 15 de 1954, p. 1.