



Duarte Forero, Gabriel Gerardo

Engativá Humana : un programa de televisión que construye identidad en la localidad décima de Bogotá D.C.



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.
Atribución - No Comercial - Sin Obra Derivada 2.5
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/>

Documento descargado de RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes

Cita recomendada:

Duarte Forero, G. G. (2019). *Engativá Humana: un programa de televisión que construye identidad en la localidad décima de Bogotá D.C. (Tesis de maestría)*. Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, Argentina. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes <https://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/1994>

Puede encontrar éste y otros documentos en: <https://ridaa.unq.edu.ar>

Engativá Humana: un programa de televisión que construye identidad en la localidad décima de Bogotá D.C.

TESIS DE MAESTRÍA

Gabriel Gerardo Duarte Forero

gerardocomsocial@gmail.com

Resumen

“Pueblo que no tenga historia es un pueblo que no vale” Guillermo Samudio.

El tema de la identidad ha sido abordado desde las ciencias sociales como un aspecto fundamental, entendiendo que esta es una representación social que no solo involucra aspectos como la pertenencia, la territorialidad o la segmentación, sino que también puede identificársele como una mediadora en toda relación humana; se retoma dicha definición ya que este trabajo pretende encontrar aquellos elementos que construyen la identidad en los habitantes de la localidad de Engativá, representados en los ocho líderes que participaron en este proceso de investigación, tomando como punto de partida el programa *Engativá Humana* de Canal Capital un audiovisual de doce capítulos que supo convertirse en un espacio de construcción de la identidad de los engativeños, gracias a la visualización de los contenidos presentados en varias secciones, desde donde se analizan aspectos como la identidad, el territorio, la circulación de contenidos y los actores, en y desde el concepto de Pacto Comunicativo propuesto por Patrick Charaudeau (2003) que permite contrastar los intereses de la instancia mediática y aquellos de la instancia de recepción, en la construcción una identidad sobre dicho territorio. Aquí, se tiene en cuenta la metodología cualitativa analizando las prácticas para la producción audiovisual y el consumo del mismo, recurriendo a instrumentos de recolección de la información como entrevistas estructuras y semiestructuradas y a su respectivo análisis a través del software ATLAS.ti versión 7, que permitieron concluir que este programa televisivo efectivamente sí permitió construir y reconstruir elementos identitarios entre los participantes, en su mayoría líderes comunitarios de Engativá.

Palabras clave: Pacto comunicativo, Territorio; Identidad; Representaciones Sociales.

Abstract

"Town that has no history is a town that is not worth" Guillermo Samudio.

The issue of identity has been approached from the social sciences as a fundamental aspect, understanding that this is a social representation that not only involves aspects such as belonging, territoriality or segmentation, but can also be identified as a mediator in any relationship human; This definition is resumed since this work aims to find those elements that build identity in the inhabitants of the town of Engativá, represented in the eight leaders who participated in this research process, taking as a starting point the program Engativá Humana, an audiovisual of twelve chapters that became a space for the construction of the identity of engativenses, thanks to the visualization of the contents presented in several sections, from which aspects such as identity, territory, content circulation and actors are analyzed, in and from the concept of the Communicative Pact proposed by Patrick Charaudeau, which allows contrasting the interests of the media instance and those of the receiving instance, in the construction of an identity over said territory. Here, the qualitative methodology is taken into account by analyzing the practices for audiovisual production and its consumption, using information collection instruments such as structured and semi-structured interviews and their respective analysis through the ATLAS.ti version 7 software, which They allowed us to conclude that this television program did indeed allow the construction and reconstruction of identity elements among the participants, mostly community leaders.

Keywords: Communicative pact; Territory; Identity; Social representations.

Engativá Humana: un programa de televisión que construye identidad en la localidad décima de Bogotá D.C.

Maestrando:

Gabriel Gerardo Duarte Forero

Universidad Nacional de Quilmes

Maestría en Ciencias Sociales y Humanidades, Mención en
Comunicación.

Bogotá, D.C.

2019

Engativá Humana: un programa de televisión que construye identidad en la localidad décima de Bogotá D.C.

Maestrando:

Gabriel Gerardo Duarte Forero

Director:

Licenciado: Néstor Manchini

Codirector:

Magister: Gonzalo Rubiano.

Trabajo de grado para optar al título de Magister en Ciencias Sociales y Humanidades con mención en Comunicación.

Universidad Nacional de Quilmes

Maestría en Ciencias Sociales y Humanidades, Mención en Comunicación.

Bogotá, D.C.

2019

Dedicatoria

A mi Nono Jopa y a mi Nona Inés.

Agradecimientos

Agradezco a Dios por la oportunidad que me ofrece de crecer en mi formación académica, a mi esposa Sandra por su paciencia, amor y apoyo, a mi madre Piut por su constante confianza, a mis maestros de pregrado por haber inspirado y abierto este sendero, a mis maestros de este posgrado por iluminar y abonar dicho camino permitiéndome ver lo hermoso del mismo y gracias también a mis directores por su guía y orientación constante.

Tabla de **Contenidos**

Capítulo 1. Introducción.....	1
Marco Contextual	3
Pregunta de investigación	5
Objetivos.....	5
General:.....	5
Corpus.....	6
Capítulo 2. Estado de la cuestión	8
Televisión regional	8
Televisión regional retos y experiencias.....	10
Televisión e identidad.....	13
Capítulo 3. Marco Conceptual	16
Capítulo 4. Metodología.....	24
Fase 1: Identificación del producto mediático.....	25
Fase 2: Análisis del acontecimiento construido.	26
Fase 3: Instancia mediática.....	26
Fase 4: Interpretación de los actores	27
Fase 5: Triangulación, comparación e interpretación.....	27
Desarrollo metodológico.....	28
Fase 1: identificación del producto mediático	28
Fase 2: Análisis de acontecimiento construido.....	29
Fase 3: Instancia mediática.....	47
Fase 4: Interpretación de los actores:	60
Fase 5: Triangulación comparación e interpretación:.....	74
Capítulo 5	75
Análisis y conclusiones	75

Análisis desde el proceso de visualización del material.....	75
Interpretación de la instancia mediática	77
Triangulación	83
Conclusiones.....	92
Referencias	97

Lista de figuras

	Pág.
Figura 1. Mapa de Bogotá por localidades.....	1
Figura 2. Mapa de Engativá por UPZs.....	3

Lista de gráficos

Pág.

Gráfico 1. Representación del Pacto Comunicativo	25
Gráfico 2. Frecuencia de familia: Otoniel Umaña.....	50
Gráfico 3. Códigos Recurrentes - Otoniel Umaña.....	50
Gráfico 4. Frecuencia familias - Dayán Rodríguez	53
Gráfico 5. Códigos recurrentes - Dayán Rodríguez.....	53
Gráfico 6. Frecuencia familia - Jorge Sánchez.....	55
Gráfico 7. Códigos recurrentes - Jorge Sánchez.....	55
Gráfico 8. Frecuencia familias - Jimena Santamaría	57
Gráfico 9. Códigos recurrentes - Jimena Santamaría	58
Gráfico 10. Códigos recurrentes – Alberto Laverde.....	62
Gráfico 11. Códigos recurrentes - Isidro Leal	63
Gráfico 12. Códigos recurrentes – Orlando Mora	65
Gráfico 13. Códigos recurrentes – José Ángel Herrán	66
Gráfico 14. Códigos recurrentes – Guillermo y Javier Samudio	69
Gráfico 15. Códigos recurrentes – Juan Carlos González.	71
Gráfico 16. Códigos recurrentes – Danny Valderrama.....	73
Gráfico 17. Relaciones del espacio de estrategia y acontecimiento construido.....	77
Gráfico 18. Relaciones Instancia mediática con acontecimiento construido y espacios de estrategia.	80
Gráfico 19. Relaciones Instancia receptora con acontecimiento construido y espacios de estrategia.	83
Gráfico 20. Relaciones Proceso de transacción y de transformación	90

Lista de tablas

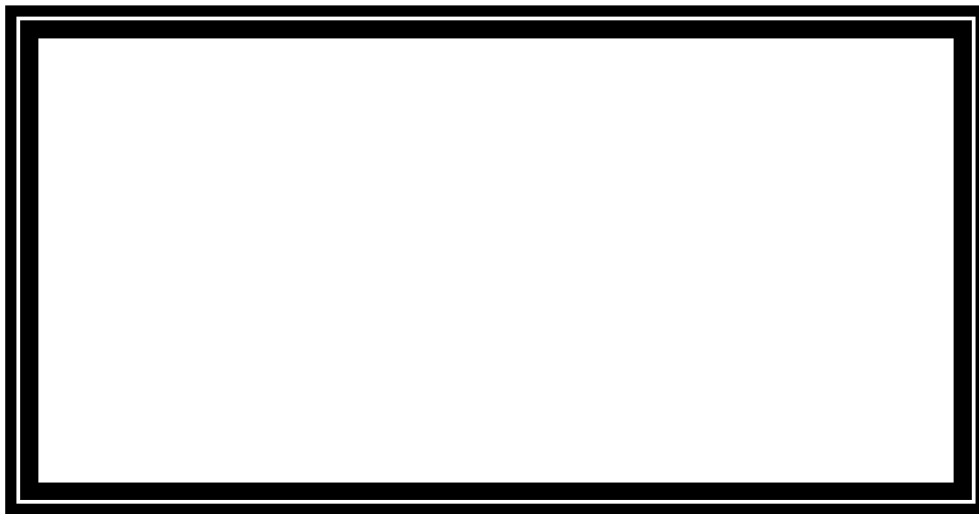
Pág.

Tabla 1. Programas analizados con las secciones desarrolladas.	28
Tabla 2. Resumen del programa número 1.	36
Tabla 3. Resumen del programa número 2.	37
Tabla 4. Resumen del programa número 3.	38
Tabla 5. Resumen del programa número 4.	39
Tabla 6. Resumen del programa número 5.	40
Tabla 7. Resumen del programa número 6.	41
Tabla 8. Resumen del programa número 7.	42
Tabla 9. Resumen del programa número 8.	43
Tabla 10. Resumen del programa número 9.	43
Tabla 11. Resumen del programa número 10.	44
Tabla 12. Resumen del programa número 11.	45
Tabla 13. Resumen del programa número 12.	46
Tabla 14. Familias y códigos.....	48
Tabla 15. Nombre y cargo de líderes y personajes.....	60
Tabla 16. Frecuencia de códigos en fase 3.....	83
Tabla 17. Frecuencia de códigos en fase 4.....	84

Capítulo 1. Introducción

Bogotá D.C., es la capital política de la República de Colombia, está dividida en 20 localidades como se observa en la figura 1, las cuales territorial y administrativamente dependen de la Alcaldía Mayor de la ciudad, al interior de cada una de ellas existe una Alcaldía Local y una Junta Administradora Local, JAL, que son elegidas por voto popular. Engativá es la localidad número 10.

Figura 1. Mapa de Bogotá por localidades.



Fuente: <https://www1.udistrital.edu.co/universidad/colombia/bogota/localidades/>

Engativá fue fundada como un municipio del departamento de Cundinamarca en el año 1537 durante la época de la colonia, ostentó ese título hasta que por directrices nacionales, fue anexada a Bogotá el 17 de diciembre de 1954 y a partir de 1993 recibió el carácter de localidad, proceso que llevó a un rompimiento entre su cultura de municipio agrícola, de población campesina y la dinámica propia de una localidad urbana compuesta por trabajadores y obreros de clase media provenientes de todas partes del país, de manera tal que el municipio pasó de tener 10000 habitantes en 1954 a ser una localidad con una población de 887886 residentes en 2019 según la Subdirección de Información Sectorial Subsecretaría de Planeación y Política (2019)

La ruptura de la cual se habla anteriormente, lleva a preguntarse ¿qué pasó con la identidad de los habitantes de Engativá tras este proceso?, al respecto Manuel Guillermo Infante, gobernador del departamento de Cundinamarca entre 2012 y 2015, se opone firmemente a que más municipios se unan administrativamente a Bogotá, pues argumenta que esto efectivamente genera conflictos de tipo identitario, al respecto esto dijo en una entrevista al periódico capitalino El Tiempo (2012):

Qué triste sería, para nosotros, perder la libertad, si se produce la anexión de municipios cundinamarqueses a la Capital del país, como ya lo vivimos nosotros con Fontibón, Suba, Usaquén, Engativá, Usme y Bosa. Estas poblaciones perdieron su libertad y su identidad...

Sin embargo, esta postura no es la misma de algunos alcaldes y habitantes de municipios aledaños quienes ven en su anexión al Distrito Capital posibilidades de crecimiento y desarrollo económico para sus poblaciones. Actualmente, se observa en Bogotá un alto crecimiento demográfico por la migración desde diversas regiones del país y por el desplazamiento forzado a causa de la violencia y de la pobreza de cientos de personas que creen encontrar en la capital colombiana alguna oportunidad, lo que conlleva al desarraigo de las costumbres y de las tradiciones propias, lo cual implica a su vez la deconstrucción o reconstrucción de la identidad y de otras formas de apropiación del territorio.

De otra parte, es importante precisar que uno de los mecanismos de creación de representación social más importante en las actualidades la televisión, este medio de información se ha posicionado en la vida cotidiana como un mecanismo efectivo en la reelaboración de la vida diaria, como un constructor de imaginarios colectivos y de reproducción de ideologías. Al respecto Comba y Toledo (2003) explican el fenómeno del posicionamiento de este medio y retoman los estudios de Lasswell al afirmar que “los medios masivos de comunicación actuaban como correa transmisora de la ideología de la clase dominante. Los medios, como aparato ideológico del Estado, reproducían así mecánicamente esa ideología dominante” (p. 2).

Ahora bien, se hace relevante analizar el rol que ejerce Canal Capital, un medio de televisión público de carácter regional, administrado por el Alcalde Mayor del Distrito capital de Bogotá que para el caso de esta investigación es el periodo de Gustavo Petro entre 2012 y 2015. El Canal Capital es asumido como un agente constructor de cohesión social que aporta a la participación, a la cultura y a la defensa de los Derechos Humanos, entre sus objetivos está: “Aumentar la participación de contenidos con énfasis en defensa de los Derechos Humanos y en cultura de paz en la programación” según se observa en su informe de seguimiento de Plan de Acción Institucional 2014.

Por su parte, el programa de televisión *Engativá Humana*, emitido entre el 17 de mayo y el 30 de agosto de 2014 tuvo por objetivo principal promover los avances y la gestión de la administración local en cabeza del Alcalde Menor Carlos Mauricio Naranjo Plata, razón por la cual esta investigación busca analizar el contenido audiovisual de éste programa para establecer si logra generar procesos de participación que conlleven al fortalecimiento de la identidad de los habitantes con su localidad, más allá de cumplir el objetivo de la administración local de hacer visible principalmente la función de su alcalde; así pues se indaga sobre las posibles mediaciones en la construcción de la identidad de los nuevos habitantes de Engativá y de aquellos nacidos en el antiguo

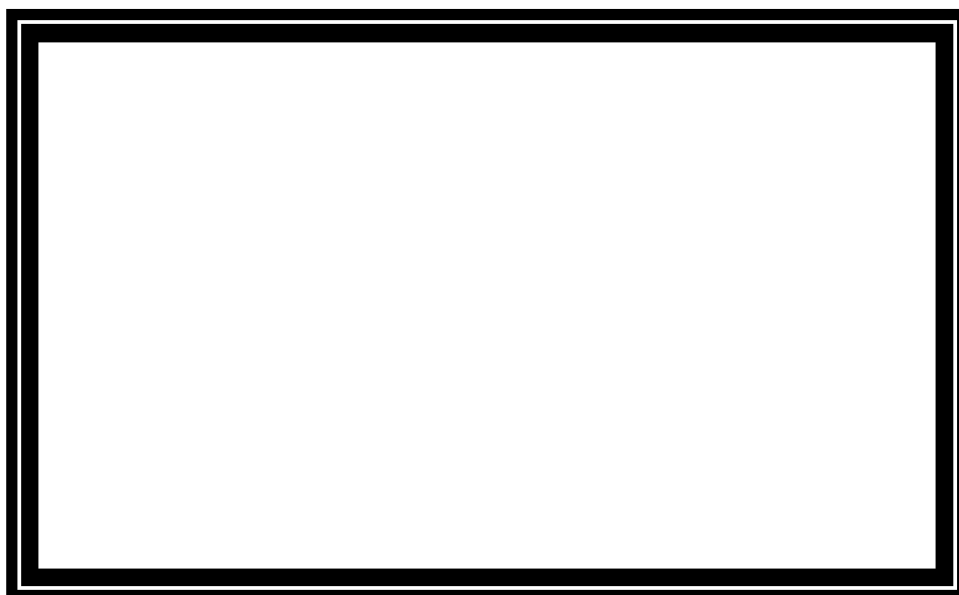
municipio, estableciendo las representaciones, códigos y/o símbolos propios de este territorio en dicha construcción.

Marco Contextual

Bogotá D.C., es la capital de Colombia, país ubicado al noroccidente de América del sur, esta es una ciudad de enormes proporciones de orden: social, cultural, político, industrial y económico, según el Departamento Administrativo Nacional de estadística DANE el censo del año 2018 estableció que hay en ella un total de 7.181 millones de habitantes, entre oriundos del lugar y provenientes de las diferentes regiones de Colombia; la capital está dividida en 20 localidades que abarcan todo su territorio incluyendo las zonas rurales.

Engativá es la localidad número 10 de Bogotá, está ubicada al noroccidente del Distrito Capital, limita al oriente con la localidad de Barrios Unidos, separada por la Avenida 68; al occidente con el municipio de Cota, separada por el Río Bogotá; al sur con la localidad de Fontibón, que anteriormente fuera también un municipio, separada por la Avenida El Dorado y al norte con la localidad de Suba, antiguo municipio convertido en localidad. Engativá tiene 271 barrios y una extensión de 36 km², incluyendo las áreas de humedales y los ríos, cuenta con una población aproximada de 871000 habitantes pertenecientes básicamente a los estratos socioeconómicos 1, 2 y 3. Engativá está dividida en 9 Unidades de Planeación Zonal UPZs, a continuación se presenta el mapa correspondiente a esta división.

Figura 2. Mapa de Engativá por UPZs.



Fuente: <https://diocesisdeengativa.org/quienes-somos/quienes-somos/referente-territorial-y-social/>

Historia de Engativá y su conformación como localidad número 10 del Distrito Capital

El territorio de Engativá fue habitado mucho tiempo antes de la colonia española, prueba de ello es que existen hallazgos arqueológicos que datan de aproximadamente del año 1300 A.C que referencian a tribus nómadas dedicadas a la caza y a la recolección, para los primeros siglos de la era cristiana se cuenta con evidencia de que la cultura Muisca habitó este territorio hasta la llegada de los españoles, según lo registra el Observatorio Local de Engativá (2016).

El pueblo Muisca ocupó la actual sabana, que incluye los territorios que hoy se conocen como Bogotá con sus localidades de Bosa, Engativá, Fontibón, Suba y los actuales municipios de Chía, Soacha, Zipaquirá, Funza, Madrid y Mosquera, teniendo al Río Bogotá y a la red de humedales como punto de encuentro y eje principal para el comercio y la celebración de sus ceremonias religiosas. El nombre de Engativá deriva de la palabra compuesta inga-tiva cuyo significado puede ser: Puerta del sol o señor de lo ameno o lo sabroso, ambos términos están relacionados con un lugar de comercio o de encuentro de los indígenas Muiscas.

Según datos oficiales, Engativá fue fundada por Diego Romero en el año 1556, sin embargo estudios realizados por el Observatorio Local de la localidad (2016) rebaten este hecho, pues plantean que no fue fundada sino que fue una Encomienda de Gonzalo Jiménez de Quezada, conquistador español fundador de Santafé de Bogotá, a Lázaro Fonte en 1538, la diferencia radica en que una encomienda consistía en otorgar determinado territorio a un miembro destacado del cuerpo militar de la conquista para su gobierno y no requería de la ceremonia militar y religiosa alguna, ritual que sí implicaba la fundación de una ciudad. Uno de los principales argumentos del Observatorio Local (2016) para plantear su teoría de la no fundación, es que Engativá era un territorio de lagunas y pantanos que no estaba acorde a las políticas de la Corona Española para fundar una ciudad, al respecto un texto español citado por Villegas (2003) señala:

Ordenamos que el terreno y cercanía, que se ha de poblar, se elija en todo lo posible el más fértil, abundante de pasto, leña, madera, metales, aguas dulces, gente natural, acarreos, entrada y salida, y que no tengan cerca lagunas ni pantanos, en que se críen animales venenosos, ni haya corrupción de aires, ni aguas (Observatorio Local de Engativá, p. 60).

El mismo documento afirma que Engativá contó con una parroquia formal hasta el año de 1683 lo que formalizó su vida como municipio, que nunca tuvo un alcalde elegido por votación popular pues solo hasta 1986 se estableció esta dinámica política en Colombia y Engativá fue anexada a Bogotá en 1954, época durante la cual comenzó el poblamiento de los terrenos baldíos existentes entre Engativá y los barrios Minuto de Dios, Tabora, Garcés Navas y Ferias entre otros, los cuales

fueron levantados por autoconstrucción y que se convirtieron en lugares de arraigo para sus habitantes, sectores que inicialmente no eran considerados parte de Engativá, pero que en el año 1993 al formalizarse la creación de la localidad 10 y establecer los límites de la misma pasaron a serlo.

De ahí, que sea interesante analizar cómo el arraigo en los diferentes barrios de la localidad décima, se da por las características similares de sus habitantes ya sean migrantes, obreros o campesinos quienes encontraron un eje de construcción de nuevas identidades, situación que no se dio solo en Engativá o en Bogotá sino en la mayoría de las ciudades capitales de Suramérica, a este fenómeno de crecimiento por migración en la periferia, Romero (2001) lo denomina: ciudades masificadas, características a las que corresponden los barrios de Engativá que se construyeron al occidente de Bogotá como centro de arraigo de la clase trabajadora, hacia el sur lo hicieron las clases marginadas, mientras en los barrios del norte se asentaron las élites sociales de la capital. En concordancia con lo anterior se presenta la pregunta generadora de esta investigación y la hipótesis respectiva:

Pregunta de investigación

¿De qué manera el programa de televisión *Engativá Humana*, emitido por Canal Capital en 2014, favorece la construcción de identidad en el territorio de la localidad de Engativá en Bogotá?

La cual se responderá a través de la hipótesis que se formula seguidamente:

Una producción audiovisual televisiva como *Engativá Humana* emitida por Canal Capital construye o no identidad en los habitantes mediante el reconocimiento de su territorio, de sus símbolos, de su historia y de sus costumbres.

Objetivos.

General:

- Analizar de qué manera la producción de contenidos audiovisuales del Canal Capital emitidos entre el 17 de mayo y el 30 agosto de 2014 en su programa *Engativá Humana*, favorece la construcción de identidad territorial en los habitantes de Engativá.

Específicos:

- Identificar los códigos, símbolos y estrategias con las que cuentan los habitantes de Engativá para la representación de su identidad visibilizados a través programa televisivo *Engativá Humana*.

- Reconocer los códigos, símbolos y estrategias que utiliza Canal Capital en su programa *Engativá Humana* para establecer vínculo con los habitantes de la localidad.
- Determinar de qué manera se establece el pacto comunicativo entre Canal Capital con su programa *Engativá Humanay* su audiencia por medio del análisis de los contenidos emitidos por este durante el tiempo de observación.

Corpus

El corpus de este trabajo fue elegido a través del desarrollo metodológico en su fase número uno, que tiene por objetivo identificar el producto mediático, la que se describirá en el capítulo 3 de la metodología. A propósito del producto mediático a analizar, es relevante aclarar que la parrilla de programación del Canal Capital en el año 2014, contemplaba varias franjas: la informativa: en la mañana, al medio día y en la noche con el *Noticiero Noticias Capital*, la infantil en las tardes con el programa *Franja Metro*, la franja de documentales en su mayoría sobre Derechos Humanos, víctimas del conflicto armado y medio ambiente, la de opinión con programas como: *Hagamos memoria*, *El sofá* la franja de entidades del Distrito.

Programación que le da a Canal Capital su carácter de temático, así por ejemplo el trabajo realizado sobre Derechos Humanos superó las temáticas de la ciudad y logró captar audiencias en el ámbito nacional, pues abordó temas no visibilizados por los otros medios masivos de información en Colombia, materializando así uno de los objetivos del canal: “Aumentar la participación de contenidos con énfasis en defensa de los derechos humanos y en cultura de paz en la programación de Canal Capital” según el Plan de Acción Institucional (2014).

De hecho, la franja informativa que se emitía a las 8:00 P.M, de lunes a viernes, desarrolló contenidos referentes a la localidad de Engativá, así por ejemplo hubo una frecuencia de dos noticias en la primera semana de visualización y tres notas en promedio en la segunda semana, lo cual equivale a dos minutos semanales de contenido. De la misma manera, en las franjas de entidades del Distrito, se observó una serie de programas realizados por entidades como el Instituto de Desarrollo Urbano IDU, y las diferentes secretarías; se encontraron programas especiales sobre eventos públicos, con referencia a las alcaldías locales, entre ellos está el programa *Engativá Humana*, el cual es realizado y producido en su totalidad en Engativá y aborda temáticas, personajes y actividades desarrolladas allí.

Se decide entonces, visualizar y analizar este programa que fue emitido los días sábado por Canal Capital a las 10:00 A.M., con una duración de 22 minutos, este ejercicio se realizó durante dos semanas y una vez terminado este proceso se pudo establecer que este producto audiovisual era propicio para ser estudiado y analizado y se decidió entonces que fuera el corpus de este trabajo de investigación.

Ahondando un poco más, es preciso señalar que el programa televisivo *Engativá Humana* fue realizado y producido por encargo de la alcaldía local de Engativá a Canal Capital, se emitió entre el 17 de mayo y el 30 de agosto de 2014, siendo Gustavo Petro el Alcalde Mayor del Distrito Capital y Carlos Mauricio Naranjo Plata el alcalde local de Engativá, se buscó el material en el canal y allí se indicó que este hace parte de los archivos de la alcaldía local, en donde lo facilitaron a través de un proceso burocrático. El programa *Engativá Humana* responde al formato de magazín informativo, con sesiones como:

- Actividades de la Alcaldía.
- El Barrio.
- Personajes.
- Entre todos, que son preguntas para el Alcalde.
- Usted también siembra, que aborda el cuidado del medio ambiente.
- Iniciativas Juveniles y
- Agéndese con nosotros: que muestra las actividades a realizar en la localidad.

Capítulo 2. Estado de la cuestión

La identidad es un referente importante en el estudio de las ciencias sociales y de ella se ha venido hablando desde hace un tiempo considerable en y desde diversos escenarios y la comunicación no ha sido la excepción, de hecho autores reconocidos en este campo como Néstor García Canclini se han pronunciado, él la define de la siguiente manera:

La identidad es una construcción que se relata. Se establecen acontecimientos fundadores, casi siempre referidos a la apropiación de un territorio por un pueblo o a la independencia lograda enfrentando a los extraños. Se van sumando las hazañas en las que los habitantes defienden ese territorio, ordena sus conflictos y fijan los modos legítimos de vivir en él para diferenciarse de los otros” (1995, p.15).

De esta forma se da inicio al recorrido por los antecedentes conceptuales sobre la identidad, la cual retoma un trabajo anterior también realizado por el autor de esta investigación, Duarte (2010) el cual se hizo en el canal comunitario *Tele Garcés* del barrio Garcés Navas también de la localidad de Engativá. Aquella experiencia tuvo como temas principales la alfabetización en medios, las posibilidades educadoras de la televisión comunitaria y la generación de procesos de participación de la comunidad, esta “se desarrolló durante un año y mostró cómo la intervención de niños y jóvenes es motor de participación comunitaria, que permite la construcción de contenidos propios, la mejora de las prácticas de producción televisiva participativa y la reconstrucción de memoria histórica como elemento de participación generador de identidad en una comunidad heterogénea” (Duarte, 2010, p. 12). El mayor aporte que se puede establecer a partir de esta investigación es la reflexión frente al tema de la creación de una identidad territorial a través de la producción audiovisual en un escenario multicultural.

Televisión regional

Ramírez, en su texto “*Breve historia de la Televisión regional en Colombia*” ofrece una amplia mirada que pasa de una historicidad a un análisis de la importancia de estos medios para la identidad regional de un país tan diverso como lo es Colombia. El autor señala la importancia del surgimiento de la televisión regional ya que “...antes de la aparición de los primeros canales regionales, la televisión nacional se expresaba por medio de estereotipos y caricaturizaciones de la diversidad cultural de la nación” (2012, p. 69).

Así mismo, García y Carlos (2016) en su trabajo “*Historia de la televisión en Colombia, vacíos y desafíos*” reflexionan acerca de la producción académica, la televisión regional y los estudios sobre la televisión en Colombia, ellos abordan los medios de comunicación de manera general y luego

la televisión como objeto de estudio; al llegar al tema de los canales de televisión regional los investigadores encuentran que existe una mayor indagación académica sobre canales como Teleantioquia o Telecaribe con respecto a los otros medios regionales. De la misma manera estos autores centran su atención en los estudios que hacen una mirada histórica a estos medios incluyendo a Telepacífico y en el aporte de estos a su propia región.

De la misma manera, es preciso señalar que Canal Capital tiene una baja relevancia en este tipo de estudios históricos, a pesar de que la principal fuente de análisis son las universidades y centros de investigación y Bogotá tiene la mayor concentración de ellos, sobre este aspecto García y Carlos (2016) citan a Valderrama (2009) quien señala que:

El conocimiento sobre la historia de los medios regionales, además de escaso y con serias deficiencias en tanto saber histórico o de diseño metodológico, no ha pasado del recuento cronológico y anecdótico de la gesta de unos “héroes” que lideraron periódicos y radios en la provincia (p. 271).

De otra parte y una vez hecho este recorrido por la importancia e impacto de la televisión regional, surge en este estado de la cuestión otro aspecto importante: la legislación, en referencia a ello Vizcaíno (2004) en su texto *“La legislación de televisión en Colombia: entre el Estado y el mercado”* plantea una relación entre las dinámicas sociales, los intereses propios del mercado y los gobiernos para la construcción de la legislación de la televisión, de tal manera que:

Dos tipos de normas son estudiadas: la Constitución Nacional y las leyes de televisión. La primera como marco general y la segunda como decisiones de política, de regulación, de control y de fomento al desarrollo del medio dentro de las coyunturas económicas, políticas y sociales que le sirvieron de contexto(p. 128).

El estudio de Vizcaíno es uno de los más completos ya que aborda reflexiones fruto de las recopilaciones de información de manera muy interesante, en donde el tema de la televisión regional nuevamente es un asunto menor en el marco de las investigaciones y de las reflexiones, así por ejemplo afirma que:

La ley abrió una puerta que se había cerrado en la normatividad anterior y era la autorización de operación de canales en regiones determinadas del territorio nacional. Por esta autorización se reguló el funcionamiento de los canales regionales mediante el Decreto 3100 de 1984 y del

Decreto 3101 del mismo año para el caso específico de Teleantioquia y así para los demás que entraron en funcionamiento posteriormente (2004, p. 138).

Por último, se encuentra de nuevo a García (2015) quien en su trabajo *“El modelo de televisión regional en Colombia: canales públicos bajo los parámetros del mercado”* aborda el tema del mercado y su relación con la televisión, este autor aunque nombra y hace referencia a la legislación, no profundiza en ella como si lo hace Vizcaíno, por ejemplo. Su mirada está puesta en la financiación de las televisiones regionales y en lo paradójico que es que gracias al éxito que tienen las televisiones comerciales privadas, se logra financiar el fondo para el desarrollo de la televisión, que es uno de los principales sustentos de la televisión pública.

De la misma manera García(2015) muestra que el mismo éxito de captación de público impide que los canales regionales puedan vender su pauta de manera adecuada y generar así los ingresos que requieren para su funcionamiento, para el mejoramiento de sus contenidos, de sus estéticas y de sus formas de producir, él advierte que:

El funcionamiento, desarrollo y supervivencia de la televisión pública depende de dineros privados, lo que genera una paradoja en el sistema de televisión nacional; si los concesionarios privados no existieran no habría cómo sostener la TV pública, si sus ingresos disminuyen, los recursos para los canales públicos también se reducen. De cierta forma, el funcionamiento de los canales regionales está condicionado por los aportes del sector privado. Este modelo subsidiado establece una relación directa entre canales públicos y sector privado generando una dependencia que condiciona y determina la existencia de los primeros sobre los segundos (2015, p. 19).

En forma de conclusión sobre esta temática es fundamental aclarar que el común denominador de las investigaciones revisadas es la falta de abordaje directo del Canal Capital sobre aspectos como: el desarrollo, la legislación, el mercado y la influencia en su entorno, esto a pesar de ser un canal regional; de ahí que se haya considerado pertinente proponer que se realice un acercamiento al medio y así determinar de qué manera este aporta o no a la construcción de la representación social de identidad y de territorio entre sus espectadores, especialmente si se tiene en cuenta que este es un canal regional de y para Bogotá centro político, cultural, social, académico y administrativo de Colombia.

Televisión regional retos y experiencias

Para esta segunda categoría se seleccionaron algunos trabajos que abordan los desafíos futuros que tienen los medios regionales: la tecnología, la globalización y la penetración con la audiencia. El primero de ellos es *“Retos de la Televisión Pública en Colombia: la implementación de la Televisión Digital Terrestre (T.D.T) en los canales regionales”* de Sánchez (2013), quien destaca

los retos de la emisión con tecnología digital y las nuevas posibilidades de lenguaje para transmitir los contenidos propios, sin perder su carácter educativo y cultural. Además, plantea la necesidad del desarrollo tecnológico con múltiples posibilidades de contenido y la necesidad de replantearse la posibilidad de pasar de formatos generalistas a canales temáticos especializados, planteamiento teórico que se hace realidad en el Canal Capital ya que durante la administración del alcalde Gustavo Petro, 2012-2015 buscó convertir este espacio televisivo en un canal temático fundamentalmente sobre Derechos Humanos, como se referenciaba anteriormente.

Apoyando esta posición, se encuentra el trabajo de Ruano y Millán (2000) *“Los canales temáticos, una alternativa a la programación de la televisión generalista”*, las investigadoras observan que en los canales temáticos aún existe una oportunidad de distribución, ante la llegada de nuevas tecnologías que han llevado a un cambio de consumo, lo cual es útil revisar ante los futuros retos que los canales regionales deben enfrentar, al respecto las autoras afirman:

Los cambios y avances que se están produciendo en el terreno de las telecomunicaciones (avances en el mundo de los satélites, las redes, la televisión interactiva digital, la televisión por cable) están haciendo que no podamos entender, en los términos que hasta el momento lo hemos hecho, las distintas formas de hacer televisión. La televisión generalista está dejando paso a la televisión especializada, en un proceso fundamental para el desarrollo de la televisión cultural, con unas audiencias muy concretas (p.6).

Ruano y Millán (2000), plantean entonces, la necesidad de un cambio de paradigma en la televisión actual, al respecto Canal Capital ha sido en todo su recorrido comunicativo un canal generalista, durante el periodo entre 2012 y 2015, el canal hizo un giro hacia el desarrollo de un contenido más especializado, aunque al finalizar este lapso retomó su rumbo histórico y volvió a ser el canal de siempre.

No obstante, ya sea con el formato de canal generalista o el de los canales temáticos, Canal Capital tiene una particularidad muy especial y es que su parrilla de programación depende de la administración local de turno y es el Alcalde de Mayor quien determina su orientación y sus contenidos, también sucede que el canal se convierte en la vitrina política de cada mandatario pues hace uso de él para mostrar las actividades que realiza y para darse a conocer en aras de futuras elecciones como las presidenciales por ejemplo. Al respecto, López de la Roche (2001) habla sobre la video-política en Colombia como un aspecto propio de la globalización y presenta el fenómeno de la llegada de estrellas de televisión a los cargos de elección popular, de tal manera que:

La década de los 90, y especialmente su segunda mitad, vio surgir en Colombia un grupo significativo de “outsiders” o video políticos que reconvirtieron un capital de visibilidad

social, cultural y mediática acumulado durante años en esferas distintas a la de la acción política, en un poder político-electoral (p.126).

Aunque este fenómeno de la entrada de showman's a la vida política nacional ha disminuido, quienes lo son de profesión han entendido la importancia de ser personajes visibles en los medios masivos de información para el futuro de su carrera gubernamental, en este sentido se observa que en los últimos 20 años los alcaldes de la ciudad de Bogotá se han convertido en personajes presidenciables gracias al alto nivel de exposición mediática con el que cuentan. Para el caso que ocupa esta investigación, el alcalde local de Engativá siguió este ejemplo y realizó un programa de televisión que fue su vitrina política que se analizará posteriormente para determinar si logra o no construir una imagen en la comunidad. Conviene entonces retomar a López (2001) quien además analiza cómo los televidentes se convierten en potenciales votantes y la televisión en un espacio viable para la tele-política, situaciones que se presentan con frecuencia en el contexto colombiano.

Por su parte, Martín-Barbero (2001) en: *“Televisión pública, Televisión cultural: entre la renovación y la invención”* presenta los retos de la televisión pública en un escenario global, e interpela a la televisión regional colombiana por ser de carácter estatal-público. Para este autor el apelativo “público” es mucho más relevante que el hecho de pertenecer administrativamente a los organismos estatales por lo que invita a reconstruir lo público como espacio de reconocimiento social para el ejercicio de la ciudadanía, a la vez que genera reflexión sobre la verdadera función de la televisión al servicio de lo público y no de los públicos.

El debate sobre la labor pública de los medios de información que va más allá de su financiación, es un tema que no se abordará directamente en este trabajo, pero sí es fundamental reconocer que determina la visión de un canal regional y sus contenidos, pues en muchas ocasiones se cree que lo público está en socializar con la audiencia las actividades de la administración de turno, desconociendo que lo público pasa por la construcción de la ciudadanía y por los temas que al público le interesan, ya sea desde una mirada generalista o desde una temática, con el ingrediente adicional de que los canales regionales fueron pensados como espacios que destacan la cultura, la tradición y la identidad de los diferentes territorios.

Por último, se evidencia que los canales regionales más allá de su alcance territorial, siempre deben tener en cuenta que son un canal de televisión y que de sus contenidos y de su penetración en la audiencia, depende la influencia y la capacidad de generar alguna construcción identitaria, educativa o cultural, en ese orden de ideas, es necesario retomar a Ossa (2009), con su texto *“insubordinación televisiva”* en donde hace un recuento de la forma cómo la televisión construye cotidianidad y de qué

manera esta involucra todos los aspectos de la vida como el trabajo, el ocio, los temas políticos más trascendentales, para él el poder de la televisión radica en que parece superflua y es allí en donde las apuestas de la televisión regional deben ser trascendentes y el reto debe centrarse en ser un influenciador, en co-construir una cotidianidad y en estar presente, en referencia a ello Ossa afirma:

La televisión no sólo imita el tiempo cotidiano, también lo produce y coloca en él las huellas de sociabilidades modificadas por las rutinas de las mercancías y los placeres; de las exclusiones y los triunfos deportivos; de los residuos nacionalistas y las instantáneas globales (2009, p.21)

Avanzando en este recorrido se observa que la televisión está cambiando y que esto la lleva a asumir nuevos retos desde lo tecnológico, desde del posicionamiento y desde los contenidos y es allí en donde la televisión regional se convierte en un espacio particular lleno de singularidades como por ejemplo: ser pública, pertenecer administrativamente al gobernante de turno, tener una visión cultural y educativa, ser auto-sostenible y viable financieramente; por el momento, este trabajo busca adentrarse en uno de esos retos: el cumplimiento de las funciones culturales e identitarias para el espacio territorial de la localidad de Engativá de Canal Capital con su programa televisivo *Engativá Humana*.

Televisión e identidad

Al respecto, se retoma a Martín-Barbero en su texto “*Televisión pública, Televisión cultural: entre la renovación y la invención*” edesplaza su mirada del reto de la producción audiovisual con sentido público y político hacia la realización audiovisual como eje de construcción de identidad y de mecanismos de cohesión entre los miembros de una sociedad, afirmando que:

En unas ciudades cada día más extensas y des-centradas, la radio y la televisión acaban siendo el dispositivo de comunicación capaz de ofrecer formas de contrarrestar el aislamiento de las poblaciones marginadas estableciendo vínculos culturales comunes a la mayoría de la población (2001, p. 13).

En este sentido, Martín-Barbero presenta la relación existente entre las siguientes categorías: público-identidad-territorio a través de la televisión, lo cual sirve de referente para el desarrollo del presente trabajo, pues permite analizar la construcción de contenidos mediáticos desde lo público en cuanto es estatal pero no solo por eso, sino también por la elaboración de contenidos de interés, generando así pedagogía para la alfabetización del público, entendiendo el medio televisivo y por qué no la creación de contenidos desde la construcción colectiva.

En esta misma línea, Rincón y Estrella (2001) en *“Televisión, pantalla e identidad”* hacen aportes desde la televisión y la identidad al exponer los retos de la televisión pública local y regional en búsqueda de una identidad propia, es decir “cómo convertir la televisión en un lugar de encuentro social, útil para las audiencias, posibilitadora de nuevas estéticas y sensibilidades y espejo de los rostros y códigos de cercanías” (p. 22), a la vez que proponen la construcción de la identidad no solo como una representación territorial única sino como una construcción simbólica y estética múltiple, elementos interesantes para la presente investigación.

Con relación a los conceptos de identidad y de estética Duarte (2010) en su texto *“Migración, televisión e identidad: modos de ver la transnacionalización en/desde Colombia”* expone dos puntos de vista. El primero es la construcción de una identidad nueva de los migrantes de otras regiones del país a Bogotá, lo cual se ve fielmente reflejado en *Don Chinche*, una serie de los años 80 que presentaba una forma muy propia de construir identidad en una Bogotá conformada por migrantes campesinos que llegaban a la capital de la república por el conflicto armado y/o por la pobreza y cómo este programa logró ser un verdadero ejercicio de construcción de identidad.

Así mismo, presenta un nuevo escenario: el de las narco-novelas, como espacio para los migrantes que en los años 80 salieron de Colombia hacia el exterior y cómo esta situación construye una nueva forma de identidad y de cómo mantener el arraigo a través de los contenidos televisivos, así por ejemplo, a pesar de no ser visto como una construcción aceptada, la figura de Pablo Escobar, uno de los más grandes narcotraficantes del mundo en el siglo XX, se constituye en un generador de identidad de aquel colombiano, que igual que *Don Chinche* es capaz de surgir, aunque cada uno desde una mirada temporal, social y ética muy distintas.

Entonces, en temas de identidad la televisión de carácter participativo cuenta con experiencias que pueden ser útiles para los procesos de construcción de identidad local, referente a ello Fernández (2013) en *“Programación televisiva, procesos socioculturales e identidad en la televisión participativa. El ejemplo de Sa Tevavisio”* describe la experiencia de un canal de televisión vía Internet, que en medio de la crisis financiera de la ciudad de Palma de Mallorca y de España, encontró un espacio audiovisual para la participación, la construcción de contenidos y el diálogo entre los creadores y los espectadores, al respecto Fernández comenta:

Los medios de comunicación, y el caso de Sa Tevavisio, pueden ser un instrumento clave en la animación sociocultural, sobre todo en entornos urbanos donde puede prevalecer la incomunicación, el aislamiento e, incluso, cierto desarraigo. Sa Tevavisio trató de desarrollar la creatividad y de recuperar la identidad cultural comunitaria 2013, p.266).

Esta experiencia relaciona elementos como la participación y el uso de herramientas digitales especialmente en los canales de tv-web para la difusión de contenidos alternativos, así como la financiación por medios propios o a través de donantes, además muestra el ejercicio de lo público como un servicio que se ofrece y que al contrario de los medios colombianos no está ligado a la financiación estatal.

Por su parte, Novomisky (2010) en *Televisión, identidad y región: el caso de Canal 10 de Mar del Plata* hace un recuento de la labor de ese canal y muestra cómo este favorece la construcción de una identidad en la ciudad, este desarrolla sus actividades en una ciudad pequeña, que no es el centro de noticias o de la construcción audiovisual como sí lo son por ejemplo Buenos Aires o Bogotá, sin embargo sirve de ejemplo para determinar las prácticas comunicativas que se realizan con el propósito de construir una identidad local, además muestra de qué forma el canal hace aportes a la construcción de identidad en el territorio, cuáles sus alianzas, sus estrategias y los ejercicios de participación. Novomisky sostiene que:

La posibilidad de que las propias comunidades desarrollen medios en el interior, es un elemento central en el proceso de crecimiento de un federalismo, concerniente a la conformación de identidades locales fuertes y a una descentralización de los temas, que muchas veces sólo vinculan a la ciudad de Buenos Aires. Los medios en general, y principalmente la TV, son industrias claves en la producción/reproducción de la cultura y por consiguiente, en la constitución de identidades (p.47)

Al avanzar en este proceso de revisión literaria, es relevante precisar que los dos últimos autores: Fernández y Novomisky orientan este trabajo de forma significativa a pesar de tener posturas un tanto diferentes, el primero por su firma de emisión en línea y el otro por su carácter privado de financiación, sin embargo los dos encuentran convergencia con lo estudiado en este proyecto por su carácter local, alternativo y por el propósito de fomentar los contenidos de identidad y cultura local.

Así que, con la elaboración de este estado de la cuestión se logra visualizar algunas de las inquietudes teóricas abordadas por parte de varios autores en la construcción de identidad a través de los medios de información, en este caso por medio de la televisión. El rastreo inicial permite entender el panorama de los canales regionales en Colombia entre los que el Canal Capital no había tenido protagonismo y el giro que este tuvo al pasar de ser de corte generalista a ser un canal temático sobre Derechos Humanos en la administración del alcalde Gustavo Petro, convirtiéndose así en una posibilidad para su buen posicionamiento, pues abordaría la realidad de la otra capital, la de los desplazados y no la de las élites, la de los desarraigados, la otra Bogotá que los centros de poder no están interesados en mostrar a través de la televisión, máximo si se tiene en cuenta que Colombia es

uno de los países de la esfera mundial en donde los dueños del poder son los mismos dueños de los medios de información.

Partiendo de las anteriores reflexiones, se hace pertinente asumir la metodología de análisis de Pacto Comunicativo trabajada por Charaudeau (2003) que hasta ahora no ha sido abordada en ningún estudio y que permite estudiar los aportes que Canal Capital con su programa *Engativá Humana* hace a la construcción de identidad, a través de contenidos que aborden su territorio, con lo cual se busca analizarlas múltiples miradas, pero desde los actores y las instancias desde la mediación entre el hecho real y el hecho audiovisual y así hacer un aporte al estudio de las relaciones entre los medios regionales y sus públicos, hecho que hasta el momento no ha sido abordado, haciendo uso de una metodología que implique trabajo comparativo entre las diversas visiones que tienen los múltiples actores y las mediciones que existen entre ellos.

Capítulo 3. Marco Conceptual

La construcción de las categorías del Marco Conceptual ayuda a definir la ruta a seguir en el desarrollo de una investigación, esta es más que un listado de conceptos, pues busca fundamentar los conocimientos previamente aceptados y poner en discusión los nuevos que se puedan derivar, en palabras de Durkheim:

Si los conceptos sólo fueran ideas generales, no enriquecerían mucho el conocimiento; pues lo general, como ya lo hemos dicho, no contiene nada más que lo particular. Pero si son, ante todo, representaciones colectivas, agregan, a lo que puede enseñarnos nuestra experiencia personal, toda la ciencia y la sabiduría que ha acumulado la colectividad en el curso de los siglos (2002, p.5)

En este capítulo, se abordan conceptos como pacto comunicativo, representaciones sociales, identidad y territorio. El Pacto Comunicativo propuesto por Charaudeau (2003), permite analizar situaciones mediáticas desde la mirada de los actores que intervienen en determinada situación, en este orden de ideas el acontecimiento o situación a analizar en este proyecto se centra en la construcción, circulación y apropiación de las representaciones de identidad emitidas por Canal Capital en su programa *Engativá Humana*. El concepto de representaciones permite centrar la mirada en la representación de identidad, de territorio y de lo público, conceptos que son trabajados desde algunos textos de Jesús Martín-Barbero y Stuart Hall, quienes los definen y reconfiguran como representación nodal a través de la circulación mediática. Por último, se trabajan los conceptos de territorio y de ciudad con sus unidades de análisis como el barrio y sus estéticas, en donde una vez más son importantes los aportes de Rosanna Reguillo, Jesús Martín Barbero, Néstor García Canclini,

José Luís Romero y Armando Silva, quienes apoyan la construcción de estas categorías y su relación con el tema de la estética, los usos del territorio y las significaciones que la ciudad tiene para sus habitantes.

Se inicia el recorrido con la propuesta teórico-metodológica de Patrick Charaudeau (2003) quien describe e interpreta el Pacto Comunicativo, desarrollando conceptos como instancia mediática, instancia receptora, acontecimiento bruto, acontecimiento interpretado, acontecimiento construido y transacción entre otros, con los cuales se da sentido al proceso comunicativo del ser humano mediado a través del concepto de “máquina mediática” y en donde se presenta a los actores de dicho pacto como sujetos activos, dueños de unas circunstancias propias que dan sentido a la realidad y con las que hacen la transacción de la información.

En relación a ello Charaudeau, sostiene que:

... se puede decir que analizar el modo como aparecen y circulan los discursos sociales consiste en intentar describir, en primer lugar, los condicionamientos situacionales y discursivos de los contratos de comunicación en los que se insertan y adquieren sentidos y, en un segundo tiempo, los tipos de estrategias que aparecen de manera recurrente dentro de ese campo contractual. Sólo con esta condición se puede, luego, estudiar las singularidades de un texto, que sólo son identificables y produce verdadero sentido en relación con lo que las sobredetermina. (2003, p.82)

Asimismo, propone analizar el acto mediático partiendo del hecho propio y a partir de este poder reconstruirlo, pero esta vez cargado de la mediación de los actores que intervienen tanto en su creación-producción como en su recepción-consumo, es así como la instancia mediática cuenta con una serie de elementos que le permiten reproducir el hecho bruto y replicarlo o reconstruirlo con sus lenguajes y sentidos, de igual manera la instancia receptora cuenta con elementos que le permiten hacer una mediación entre el hecho bruto y el interpretado y reproducido por la instancia mediática, este intercambio es a lo que Charaudeau (2003) denomina espacio de estrategia y es allí en donde se posibilita la construcción y circulación de representaciones que para el caso del presente estudio, enfocará su mirada hacia la identidad y el territorio. Es de aclarar, que desde la postura de Charaudeau esta relación no es de sumisión de una de las instancias, pues cada una de ellas cuenta con elementos y estrategias que se ponen en juego durante el proceso de transacción, sin embargo, sí existe una relación de poder al presentar ante el otro sus propias construcciones de sentido de la realidad y/o de su representación social.

Una vez abordadas las instancias y los conceptos que involucran a los actores, se halla convergencia con la conceptualización de representación social, pues en este trabajo se estudia la

forma en que se ponen en circulación tales representaciones. Para comenzar se dirá que las representaciones sociales son asumidas como una construcción simbólica y real de una serie de intangibles como la identidad, el territorio, la soberanía, la patria e incluso el amor, para Reguillo “El poder de representación configura imaginarios, conduce colectivos, compromete voluntades y produce imperativos en cuyo nombre se actúa” (2007, p 94) así pues, esta construcción simbólica involucra a los colectivos, lo que implica interacción entre los individuos y con otros colectivos.

Por su parte, Moscovici (1961) define las representaciones sociales como:

...sistemas cognitivos con una lógica y lenguaje propios (...) No representan simples opiniones, imágenes o actitudes en relación a algún objeto, sino teorías y áreas de conocimiento para el descubrimiento y organización de la realidad (...) Sistema de valores, ideas y prácticas con una doble función; primero, establecer un orden que le permita a los individuos orientarse en un mundo material y social y dominarlo; y segundo permitir la comunicación entre los miembros de una comunidad al proveerlos con un código para el intercambio social y para nombrar y clasificar sin ambigüedades aspectos de su mundo y de su historia individual y grupal, citado por Materán (2008, p.244).

Por tanto, la definición de representaciones sociales no es estática, esta se renueva y se transforma como la sociedad misma y así ha sido desde sus primeros desarrollos en los años 60 hasta convertirse actualmente en la versión moderna de los mitos; por su parte Cebrelli y Arancibia afirman que “una representación funciona como un mecanismo traductor en tanto posee una facilidad notable para archivar y hacer circular con fluidez conceptos complejos” (2005, p.94), se podría entonces entender que las representaciones sociales traducen o describen las prácticas ya sean sociales, discursivas o de hábitos de una sociedad o de un grupo; además el concepto de representación social requiere tanto de análisis como de contexto, ya que no es sentido común sino una construcción colectiva, fruto del desarrollo de una comunidad o un territorio y es propia de cada uno de ellos, a la vez que es por esta construcción individual que se constituyen los códigos y elementos simbólicos que configuran la representación social que es propia de cada población o grupo social.

Es válido preguntarse ¿cómo circulan y cómo se generan las representaciones sociales? y ¿cómo estas se articulan con el concepto de Pacto Comunicativo? para resolver estos interrogantes es preciso entender que los centros de poder como los consejos de ancianos, los cabildos, la iglesia y/o el centro religioso/espiritual o la escuela, entre otros han sido históricamente los constructores de dichas representaciones y son los mismos que han regido la construcción, circulación y pervivencia de las representaciones sociales, no obstante ante la crisis de las instituciones en la sociedad actual, los medios de comunicación se convierten en un oponente de dichas instituciones por el poder de la construcción de las representaciones que ellos aún poseen.

Para Reguillo el poder de los medios a la hora de construir las representaciones sociales hoy por hoy recae en que no lo dicen o lo imponen, sino que está en la forma sutil como construyen la representación con métodos de persuasión, en concordancia a ello asevera:

El prestigio de la razón y la neutralidad de sus instrumentos reposan en buena medida en los dispositivos de visibilidad en que se han convertido los medios de comunicación cuya importancia no radica solamente en ser correas de transmisión de las representaciones dominantes, sino que son además productores —impunes— de esas representaciones, despliegan todo su poder clasificatorio y estigmatizador bajo la coartada de su exclusiva mediación tecnológica (2007, p.91).

Por su parte, Martín-Barbero aborda el debilitamiento de las instituciones y la fuerza de los procesos de globalización e integración económica que plantean la paradoja entre lo local y lo regional-mundial, en la cual los medios se convierten en el nuevo escenario público y propone la necesidad de:

Pensar los modos en que los medios entran no a sustituir sino a constituir, a formar parte de la trama tanto del discurso como de la acción política, pues densifican las dimensiones simbólicas, rituales y teatrales que siempre tuvo la política, y hacen parte de las nuevas formas del reconocimiento y la interpelación de los sujetos y los actores sociales (1999, p.137).

El éxito de los medios al generar representaciones sociales ha sido demostrado y analizado en múltiples ocasiones, en especial en los productos audiovisuales como el cine, la televisión y el video, relevando su efectividad como aparatos de transmisión ideológica y representativa, el mismo Martín-Barbero argumenta que por ejemplo, la televisión en los Estados Unidos construye una representación de identidad que unifica a todo un territorio con su intencionalidad y afirma que “La televisión unifica para todo el país un habla en la que, salvo a efectos de folclorización, la tendencia es a hacer desaparecer las entonaciones regionales” (1987, p.213). Ahora bien, no todos los medios logran este nivel de impacto, propio de la televisión masiva que puede con éxito producir y circular representaciones sociales dominantes, en cambio los medios alternativos entre los que se encuentran los regionales, locales o públicos no siempre cuentan con el éxito necesario para ser ese espacio de interlocución que genera, produce y hace circular nuevas representaciones o representaciones emergentes.

En este caso, Canal Capital aparece como un medio regional público, no solo por ser parte del Estado, en este caso de la Administración Distrital de Bogotá, sino también por la función pública de la televisión regional que no pretende subvalorar una identidad previa y que por el contrario busca

reconstruirla, presentando a las localidades como nuevos territorios para las representaciones identitarias, los referentes políticos y de participación que aportan a la construcción de comunidad heterogénea, popular y popular urbana, territorio que no cuenta solo con un arraigo sino con sus múltiples referentes; desde este panorama surge la siguiente pregunta ¿los canales regionales, como Canal Capital, logran o no generar espacios de encuentro y reconocimiento en una comunidad? es decir, pueden construir otra identidad relacionada con el nuevo territorio en el que se habita, pero sin excluir las identidades propias, poniendo en juego la capacidad del medio para construir representaciones sociales en su lugar de influencia.

Avanzando en el propósito de este capítulo, se hace necesario definir qué es identidad, lo cual no es tarea de una ciencia sino que debe ser una cuestión interdisciplinaria en donde el urbanismo, la semiología y la comunicación también encuentren su propio asidero, cabe señalar que la antropología ha sido la ciencia que más ha estudiado el tema de la identidad, de las identidades; en la actualidad con la globalización que está viviendo la humanidad se retoma el término identidad ya no desde lo local o lo nacional sino desde la hibridación, realidad a la cual la identidad no puede ni debe ser ajena pues como lo asegura García-Canclini “hoy la identidad, aún en amplios sectores populares, es políglota, multiétnica, migrante, hecha con elementos cruzados de varias culturas” (1995, p.108), es decir ya no se puede pensar en que los miembros de una comunidad pertenecen a una sola cultura homogénea o que tengan una única identidad distintiva y coherente.

García Canclini también afirma que la identidad es “construcción que se relata” (1995, p.106) y que “una teoría de las identidades y la ciudadanía debe tomar en cuenta los modos diversos que en éstas se recomponen en los desiguales circuitos de producción, comunicación y apropiación de la cultura” (1995, p.115), asimismo señala que fueron por mucho tiempo símbolos de identidad, los libros escolares, los museos, los rituales cívicos y los discursos políticos y que en la primera mitad del Siglo XX la radio y el cine ayudaron a “organizar los relatos de la identidad y el sentido ciudadano en las sociedades nacionales” (1995, p. 106).

Mientras para Hall, la identidad es un proceso de inclusiones y exclusiones, se trata entonces de un proceso de reconstrucción del sujeto para llevarlo a ser coherente entre prácticas y discursos tanto individuales como colectivos, es un proceso que le posibilita al ser humano la inclusión, el reconocer que se pertenece a un determinado territorio, género, o raza, pero también le permite la exclusión que es reconocer que no se pertenece a este territorio, género, o raza, en este sentido “las identidades se construyen a través de la diferencia, no al margen de ella” (1996, p.18), y de la misma forma permite pensar en las múltiples identidades de un solo individuo que interactúa en diversos territorios, en los que circula, evoluciona y se reconstruye incluso en un solo día a través del poder de la representación, en consideración a lo cual Hall afirma que:

Las identidades nunca se unifican y, en los tiempos de la modernidad tardía, están cada vez más fragmentadas y fracturadas; nunca son singulares, sino construidas de múltiples maneras a través de discursos, prácticas y posiciones diferentes, a menudo cruzados y antagónicos (1996, p.17).

Tras las definiciones anteriormente citadas, surge entonces la necesidad de establecer si el programa Televisivo *Engativá Humana* hace o no que los residentes de esta localidad se sientan identificados, entendiendo que los televidentes ya no tienen una sino varias identidades, así como que su identidad podría ser individual o comunitaria, esto lo determinarán los resultados.

De la misma manera, es preciso señalar que dentro de las distintas relaciones sociales que teje el ser humano la que establece con el territorio es fundamental. El concepto territorio está siendo estudiado, ya no únicamente desde una mirada geográfica sino que se ha venido nutrido cada vez más de contenido social, cobrando importancia y significado desde diversos ámbitos de las ciencias sociales como la antropología, la etnografía, la arquitectura, el urbanismo, la agronomía, la ecología y la comunicación. Es entonces, un concepto que tiene una movilidad constante, así como la tienen los grupos sociales que lo habitan y resinifican permanentemente, pues la actual globalización ha hecho que lo local y lo territorial vayan perdiendo un único significado, de ahí que el territorio haya sido estudiado y conceptualizado de maneras muy diversas, sin que hasta el momento se le atribuya correspondencia absoluta a ninguna disciplina; Llanos-Hernández lo define como aquel elemento que:

...ayuda en la interpretación y comprensión de las relaciones sociales vinculadas con la dimensión espacial; va a contener las prácticas sociales y los sentidos simbólicos que los seres humanos desarrollan en la sociedad en su íntima relación con la naturaleza, algunas de las cuales cambian de manera fugaz, pero otras se conservan adheridas en el tiempo y el espacio de una sociedad. (2015, p.207).

Mientras Martín-Barbero, define territorio como un “lugar que introduce ruido en las redes, distorsiones en el discurso de lo global, a través de las cuales emerge la palabra de otros, de muchos otros” (2015, p.22), y también lo aborda como un

“anclaje primordial: la corporeidad de lo cotidiano y la materialidad de la acción, que son la base de la heterogeneidad humana y de la reciprocidad, forma primordial de comunicación. Ya que aún atravesado por las redes de lo global, el lugar/ territorio sigue hecho del tejido y la proximidad de los parentescos y las vecindades. Lo cual exige poner en claro que el sentido de lo local no es unívoco: pues uno es el que resulta de la fragmentación, producida por la des-localización que impone lo global, y otro bien distinto el que asume. (2015, p.22)

Asimismo, señala que

Se trata entonces del espacio que resulta del uso que le dan los ciudadanos, en su sentido más físico, pues los que lo caminan y marcan con sus andares y travesías construyen una ciudad

distinta a la de las arquitecturas y las ingenierías, un espacio que deja de ser exterior al sujeto en la medida en que es el resultado de sus propias prácticas. (2015, p.22)

Y es que analizar una población sin tener en cuenta su relación con el territorio sería una tarea incompleta, ya que esta cobra importancia en su vida cotidiana, en sus nexos sociales en donde también son importantes los otros y su otredad, pues el territorio según Capel (2016) se convierte en un “...espacio apropiado por los grupos sociales, para fijarse en él, asegurar su supervivencia, construir viviendas y rutas, explotar productos, delimitar dominios” (p.7) y también para apropiarse de sus recursos, de ahí que sea relevante en esta investigación ver cómo los residentes de Engativá establecen relación y proximidad con su territorio en el transcurrir de sus vivencias y prácticas que han hecho que se apropien del territorio, lo conozcan, lo reconozcan y lo quieran, llegando incluso a identificarse con el mismo.

En concordancia, el territorio lleva al concepto de ciudad que es asumida desde las posturas de Romero (2001) quien describe el desarrollo y la conformación de esta en América, además analiza su dinámica, estructura y conformación, establece una relación entre diferentes hechos históricos como la segunda guerra mundial, y la gran depresión económica mundial y el crecimiento de la ciudad, el hecho urbano y otros hechos sociales que facilitan el análisis de manera integral del desarrollo de la ciudad contemporánea.

Este desarrollo de las ciudades no fue igual en todas partes, Romero (2001) plantea las herramientas para analizar cuáles fueron esas dinámicas, partiendo de los diferentes contextos que permiten comprender mejor los conceptos trabajados: ciudad ordinaria, ciudad global, ciudad ejemplar o ciudad capital entre otros, este autor interpreta la ciudad a partir de su división en sectores, lugares y barrios, es decir de la creación de unidades mínimas de análisis.

En el mismo sentido Reguillo profundiza su percepción de ciudad y representación social en el fenómeno de la sociedad contemporánea también desde el barrio, ella lo conceptualiza de la siguiente manera:

En este sentido el barrio en tanto espacio construido, sujeto a una temporalidad y una espacialidad determinadas, organiza y genera en los actores urbanos unas formas de ser-estar que podemos llamar prácticas sociales. El barrio es entonces el espacio ya instituido, el escenario de un conjunto de interacciones «marcadas» por la norma social (1995, p. 94).

Respecto al espacio, al lugar no como objeto sino como sujeto que permite la interacción, Reguillo (1995) saca al barrio del lugar único y lo presenta como un circuito en donde se genera la interacción, definiéndolo como un territorio que constituye una población con características

comunes: obreros, trabajadores o ejecutivos, dirigentes, terratenientes entre otros. En el proceso de construcción de los sujetos barriales, esta investigadora también analiza la banda juvenil de un barrio en la ciudad de Guadalajara México, caracterizando a un sector que por medio de sus prácticas permite ver que a pesar de su identificación con la población, busca una identidad propia, es decir el reconocimiento, en referencia a ello Jesús Martín-Barbero sostiene que “Hay otra dimensión fundamental de lo popular que en el barrio revela su densidad cultural y social: los procesos de reconocimiento como “lugar” de constitución de las identidades.” (1998, p. 217).

Ahora bien, estos reconocimientos e identidades no son procesos subjetivos sino que se materializan por medio de la oferta cultural que ofrece la ciudad, una masificada con múltiples opciones de “entretenimiento” y de consumo que se arraigan en lo popular como: conciertos, música, espectáculos, verbenas e incluso televisión, pero que también se desplazan hacia los sectores dominantes con ofertas de teatro y galerías entre otras, que a su vez se conforman como reconocimientos e identidades y generan relaciones de poder, inclusión y exclusión propias de una dinámica de ciudad. De igual forma la estética urbana se divide en sectores, pero es mucho más rica en imágenes y en construcción icónica en los sectores populares y en lo que se denomina “centro” de la ciudad y es allí donde centra su mirada Silva (2015) quien estudia esta expresión urbana estética y por qué no decirlo plástica que construye la identidad de una ciudad.

La estética estudiada por Silva es entonces, el resultado de una mezcla de estilos populares, propios e importados que no solo son relaciones personales sino también relaciones con el poder, así pues a través del grafiti y la publicidad este autor analiza lo que denomina registros visuales de la ciudad a partir de contextos políticos y sociales, descifrando al grafiti como lo marginal, lo anónimo, lo espontáneo, lo escénico, lo precario, lo veloz y lo fugaz, muy ligado por lo menos en sus orígenes, a la necesidad social, no obstante y gracias a lo “impuro” en el buen sentido de la palabra, que denota lo social, el grafiti evolucionó y se convirtió en arte, en estética, alcanzando un lugar especial en las galerías e incluso mezclándose en muchas ocasiones. con lo publicitario

Otro aporte importante, de Silva (2015) está el presentar al grafiti como un espacio, no para el público o el espectador, sino para el ciudadano, además presenta y analiza el grafiti desde la exhibición, desde el lugar en donde se ubica: el encuadre, el contexto, es decir que incluye y que excluye y desde la interpretación de ese ciudadano que recorre una y otra vez la ciudad que lo habita.

Capítulo 4. Metodología

La investigación se desarrolló en cinco fases que se detallarán posteriormente:

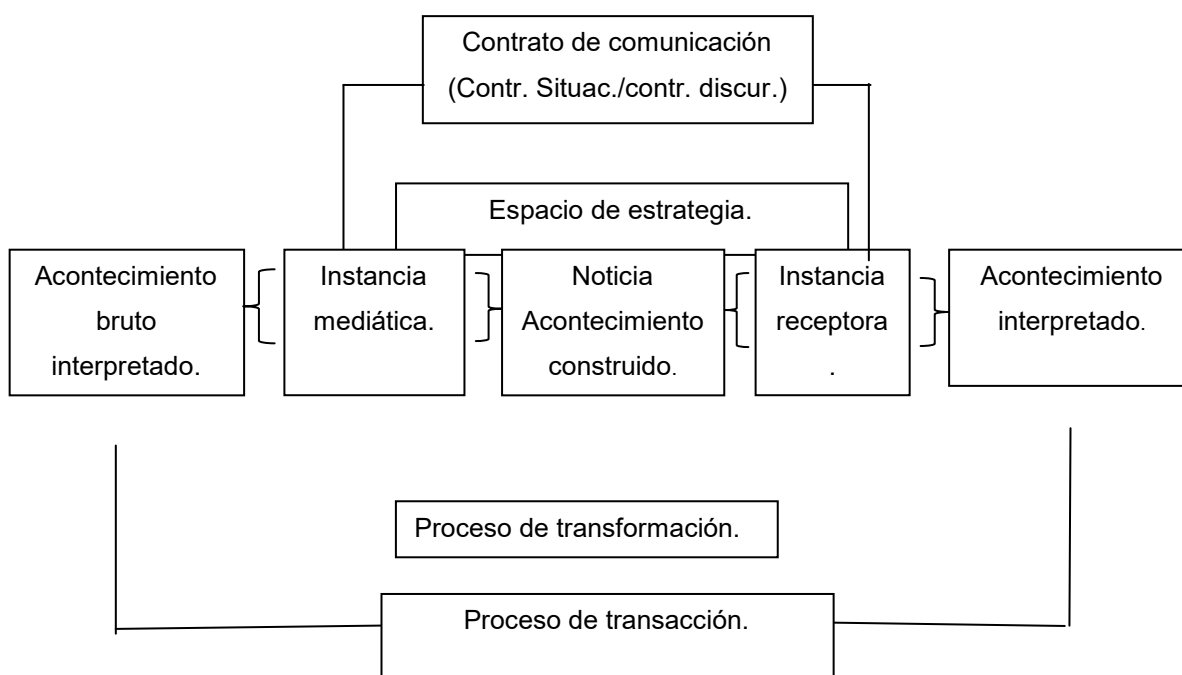
1. Identificación del producto mediático
2. Análisis del acontecimiento construido
3. Instancia mediática
4. Interpretación de los actores
5. Triangulación, comparación e interpretación.

Tiene un enfoque cualitativo que según Hernández-Sampieri, Fernández y Baptista (2014) se acoge a un proceso: inductivo, recurrente, que analiza diversas realidades subjetivas y no tiene una secuencia lineal y que ofrece las siguientes facilidades profundiza en los significados, es amplio, conlleva una riqueza interpretativa y permite contextualizar el fenómeno analizado. Se emplean los siguientes instrumentos para la recolección de la información: la observación directa, la entrevista semiestructurada, la entrevista en profundidad y el análisis de contenido, por ser los más adecuados según este tipo de enfoque, los cuales son retomados de la investigación y la estadística descriptiva de Gosende y Marinelli (2009).

En esta propuesta investigativa la metodología se trabaja desde los parámetros que plantea Charaudeau (2003) en lo que él llama *Pacto Comunicativo*, ya que permite ser una estrategia de análisis de los contenidos mediáticos, lo cual es más que apropiado y conveniente para el trabajo investigativo que aquí se propone.

En primera instancia, la propuesta de Charaudeau implica la transformación y la transacción de la realidad a través de la mediatización de la misma, que es asumida por los actores involucrados en el hecho o acontecimiento, esto implica: un mundo por descubrir y comentar, una instancia de producción, un mundo descrito y comentado y una instancia de recepción–interpretación, en la cual se evidenciarán los conceptos que se intenta develar en esta investigación, al igual que las herramientas que utilizan los actores en la lucha y construcción de identidad, Charaudeau (2003) desarrolla cinco niveles de análisis, como se observa a continuación:

Gráfico 1. Representación del pacto comunicativo según Charaudeau



Fuente: Charaudeau (2003, p.83).

Instancias que serán tenidas en cuenta una a una dentro del análisis del programa *Engativá Humana* emitido por Canal Capital con el propósito de establecer si genera o no identidad entre sus televidentes. Como se mencionaba con anterioridad, esta investigación se desarrolla en cinco diferentes etapas, a continuación, se describe cada una de ellas.

Fase 1: Identificación del producto mediático:

Se escogió el programa *Engativá Humana* emitido por Canal Capital entre el 17 de agosto y el 30 de agosto de 2014, los días sábado a las 10:00 AM con una duración 22 minutos al mismo tiempo que se seleccionó e identificó los acontecimientos construidos, pues tras su análisis inicial se logró determinar que era favorable hacer un estudio amplio y riguroso. Esta primera etapa incluye la determinación de aspectos básicos como el formato, la estructura, la planimetría y los elementos simbólicos presentes para la construcción de un discurso mediático de color y forma entre otros, en este proceso se hace uso de la selección aleatoria y de la observación directa de la muestra.

Entre las actividades y las herramientas de la fase están:

-La observación de los diversos programas, secciones o especiales emitidos por Canal Capital por ser este un canal regional en un lapso de dos semanas.

-La selección del corpus bajo la premisa: que fueran contenidos relacionados con la localidad de Engativá

-La pertinencia de estudio del programa televisivo *Engativá Humana*

-La consecución del material digital a través de las organizaciones responsables del mismo y

-La descripción dicho material

Fase 2: Análisis del acontecimiento construido.

En esta fase se desarrollan las siguientes acciones y estrategias:

-Se analiza el contenido de la pieza televisiva *Engativá Humana* de manera detallada.

-Se busca la construcción del discurso y de las acciones ideológicas presentes en él como: posiciones políticas, ideológicas, de género y las construcciones de identidad, las referencias y las denominaciones que se le dan al territorio en la localidad.

-Se trabaja con el material seleccionado en la fase 1 que en términos de Charaudeau (2003) se convierte en el acontecimiento construido.

-Se descubre el hecho bruto y su proceso de transformación, es decir, se develan las prácticas propuestas por la instancia mediática y

-Se identifican actores, hábitos y consumos culturales de los habitantes de la localidad de Engativá.

La herramienta empleada es el análisis de contenido que de acuerdo con Charaudeau “se basa en detectar las categorías, dimensiones y significados que están presentes en los datos, y que son utilizadas por los participantes de los procesos de comunicación o escritura, que dieron lugar a los documentos analizados” (2003, p.85), en donde se logran establecer las diferentes categorías y se procede a realizar un análisis minucioso de las mismas generando un desglose del contenido y su correspondiente interpretación.

Fase 3: Instancia mediática.

En este momento de la investigación se realizan las entrevistas estructuradas que dan cuenta de los códigos, los elementos hipercodificados, los símbolos y estrategias que utilizan los productores

y realizadores del programa *Engativá Humana*, en pro de la reconstrucción de identidad territorial de la localidad seleccionada, se logra a través de los hechos que fueron escogidos para la construcción de su programa. De la misma forma, se establecen niveles, familias y categorías de análisis a través de software ATLAS.ti versión 7, que es muy utilizado en la interpretación de los datos, buscando establecer las prioridades de la instancia a la hora de construir el acontecimiento mediático audiovisual.

Entre las actividades y herramientas de la fase están:

-La aplicación de entrevistas estructuradas que son aquellas en donde “el investigador pregunta y el entrevistado responde ajustándose a la pregunta formulada. En este caso, las preguntas se formulan en términos idénticos para todos, para asegurar que los resultados sean comparables” Gosende (2009, p.146), a la vez que se hace la transcripción de los resultados para ser analizados posteriormente con el software de interpretación de datos seleccionado para tal fin. Las entrevistas se llevaron a cabo con los productores, el presentador y a la jefe de prensa de la alcaldía local de Engativá.

Fase 4: Interpretación de los actores.

Durante este momento del desarrollo metodológico, se hace uso de la entrevista estructurada, puesto que con ella se logra identificar los códigos, símbolos y estrategias con las que cuentan los habitantes de Engativá para la representación de su identidad como comunidad, además con ella se logra verificar las interpretaciones de los actores frente al hecho mediático, su relación con el acontecimiento interpretado, se descubren las competencias analíticas e interpretativas con las que cuenta la instancia receptora y su nivel de representación e identificación con el producto audiovisual.

Las actividades y herramientas de la fase son:

-La aplicación de una entrevista estructurada a los líderes comunales y la transcripción de los resultados para ser analizados posteriormente con el software de interpretación de datos seleccionado.

Fase 5: Triangulación, comparación e interpretación.

Esta es la etapa final, en ella se realiza la combinación de las diferentes técnicas y herramientas utilizadas en las fases previas, con lo que se busca determinar las relaciones existentes en la construcción de conceptos como identidad, territorio y se determinan recurrencias y frecuencias de aparición de temas, íconos, representaciones sociales, códigos y símbolos.

Entre las actividades y herramientas de la fase están:

-La redacción del respectivo informe a través de la triangulación de la información, “El término ‘triangulación’ ha sido tomado de la topografía, y consiste en determinar ciertas intersecciones o

coincidencias a partir de diferentes apreciaciones y fuentes informativas o varios puntos de vista del mismo fenómeno” Gosende y Martinelli(2009, p.148).

Desarrollo metodológico

Fase 1: identificación del producto mediático

Una vez hecho el proceso de selección del programa televisivo *Engativá Humana* de Canal Capital, se busca identificar la estructura del mismo, estableciendo que este tiene un formato magazín o programa de variedades, que desarrolla varias secciones que conllevan un contenido noticioso de la localidad, sin tener formato de noticiero, las cuales buscan hacer propaganda a la gestión de la alcaldía local; que también aborda diferentes espacios como: personajes, historias de los barrios y preguntas de los habitantes de Engativá que son seleccionadas por la producción del programa. Posteriormente se procedió a analizar cada uno de los doce programas que hicieron parte de la temporada del magazín y cuyos resultados se presentan a continuación. El primer programa analizado tuvo la siguiente continuidad.

- Presentación.
- Sección: actividades de la alcaldía local, rendición de cuentas.
- Sección: actividades de la alcaldía local, arreglo de vías.
- Sección: El Barrio, sector El Encanto.
- Sección: Personajes: gestora de población con discapacidad.
- Sección: Preguntas para el alcalde, interrogantes de la comunidad.
- Sección: Otras entidades locales, Hospital de Engativá y vacunas para las mascotas.
- Sección: Agéndese con nosotros, actividades para realizar en la localidad.

El análisis de esta primera emisión orientó el desarrollo del programa en general, no obstante, inicialmente se pensó que en secciones como El Barrio y Personajes era posible encontrar los elementos necesarios para el proyecto, sin embargo, otras secciones del mismo fueron más susceptibles de estudio incluyendo el mismo guion del presentador, por su alto contenido de códigos verbalizados. En la Tabla 1 que se observa a continuación, se presenta el desarrollo de los doce programas analizados, allí se desglosa el contenido por secciones en donde se puede confirmar la recurrencia e importancia que los realizadores le dan a ciertas temáticas abordadas.

Tabla 1. Programas analizados dentro de la investigación con las secciones desarrolladas.

Número de programa	Actividades de la alcaldía	Actividades de la alcaldía	Actividades de la alcaldía	El Barrio	Personajes de Engativá	Pregunta para el alcalde	Otras Entidades	Agéndese	Otra *
1	X	X		X	X	X	X	X	

2	X	X	X	X	X	X	X		
3	X	X	X	X		X		X	
4	X	X	X		X	X			
5	X	X		X	X	X			X
6	X	X		X	X	X		X	
7	X								X
8	X								X
9	X			X	X			X	X
10				X	X		X	X	
11	X			X	X		X	X	X
12	X	X	X	X		X	X	X	X

Fuente: propia

La sección * otra se desarrolló de la siguiente manera:

Programa 7: Iniciativas Juveniles

Programa 8: Iniciativas Juveniles

Programa 9: Iniciativas Juveniles

Programa 11: Ecotips

En el programa 12, la sección entre todos presentó Observatorio Local y Mesa de Rock.

Como herramienta de recolección de la información se diligenció un diario de observación Anexo By una tabla de contenido, Anexo B1, en el diario se dio cuenta programa a programa del desarrollo de cada emisión y se observa una propuesta dinámica de montaje, especialmente cuando se habla de Temáticas Juveniles, mientras es más pausada la sección de El Barrio por referirse a historias contadas en la mayoría de los casos por adultos mayores. Respecto al lenguaje se observa el uso repetitivo de las mismas palabras y de frases que eventualmente podrían dar fe de las categorías que en este trabajo se analizan en cumplimiento de los objetivos.

Fase 2: Análisis de acontecimiento construido.

Se logra identificar el contenido del programa de televisión de manera detallada, a la vez que se hallan posiciones políticas, ideológicas, de género, construcciones de identidad, referencias y denominaciones que se dan al territorio de la localidad de Engativá, se descubrió también el hecho bruto y el proceso de transformación que se dio, en lo que Charaudeau (2003) denomina “espacio de estrategia” es decir se identificaron las prácticas y la agenda pública propuesta por la instancia mediática hasta convertirlas en un acontecimiento o hecho construido.

Para ello se reprodujeron los doce programas de la temporada, estudiando en cada uno el propósito comunicativo a la luz de la propuesta Charaudeau, es decir el propósito de la información, así que se analizó el tipo de datos usados, tanto los internos como los externos, el rol de los actores que intervinieron en la construcción del programa y la forma en que ellos elaboran sus discursos y las relaciones para generar credibilidad, así como la relación con la construcción de representaciones tanto de identidad como de territorio.

En esta segunda fase se trabajaron varias categorías de acuerdo a los conceptos construidos por Charaudeau (2003), las cuales se presentan enseguida:

Categoría: tipos de dato. Datos internos: son aquellos trabajados por la instancia mediática de manera controlada, hacen parte de estos el discurso, las formas de construcción de la información de acuerdo a sus intereses y/o su punto de vista, estos generalmente son lingüísticos, pero también está el espacio de relación y la definición de los temas. Mientras los datos externos son los que determinan las condiciones de intercambio que pueden ser o no controladas por la instancia mediática, ellos hacen referencia a las representaciones propiamente dichas, pero son solo predeterminadas y mediadas por la instancia de recepción, se localizan mediante indicios tomados del conjunto de los comportamientos sociales.

Categoría: propósitos de la información. Busca informar al ciudadano sobre hechos, eventos, proyectos, en términos de Charaudeau pretenden “Hacer conocer al ciudadano lo que ha ocurrido o está ocurriendo en el mundo de la vida social” (2003, p.86), mientras el propósito de captación: busca “hacer sentir”, convencer al público logrando empatía sin perder su carácter informativo y apelando a la modificación de conductas y su propósito no es publicitario.

Categoría: apelación de credibilidad. En ella actores y/o expertos, ya sean: personajes, funcionarios, académicos, testigos o beneficiarios entre otros, dan testimonio de un acontecimiento presentado por la instancia mediática. Respecto al lenguaje, este es técnico, recurre a palabras o referencias propias de la localidad, emplea datos exactos sobre contratos, presupuestos o beneficiados, que dan credibilidad al discurso de la instancia mediática, así mismo se hace construcción audiovisual como lenguaje propio.

Categoría: representaciones: A ella corresponden la identidad como una construcción discursiva que permite al sujeto ser y sentirse parte de un colectivo a partir de un proceso de inclusiones/exclusiones, aquí el territorio que es un lugar cargado de códigos y símbolos que permiten la construcción de identidad. A continuación, se describe el contenido y el desarrollo de cada uno de los doce programas analizados en relación a los propósitos de esta investigación.

Programa 1. Su enlace en la red es: <https://www.youtube.com/watch?v=Nuw0oeN1MNY&t=1s>

Presentación: el periodista hace apertura al programa, al ser este su primer capítulo comenta el propósito y la estructura del mismo, e indica quién lo realiza. Las categorías encontradas en este primer segmento son:

Tipo de datos: datos internos, el presentador dice “Bienvenidos a este nuevo espacio de Canal Capital, a partir de hoy los acompañaremos en un magazín que pretende mostrar a ustedes la más importante información de la participación, la convivencia y la paz de la Engativá Humana” ... “El objetivo de la Alcaldía es acercarse aún más a la comunidad y que a través de este espacio ustedes sean los protagonistas. De esta manera podemos hacer un recorrido por las actividades y las instituciones de la localidad”, “Iniciamos este programa en plaza fundacional de Engativá, que como ustedes lo pueden ver aún conserva construcciones de la época de los muisca que habitaron este territorio”

-Datos externos: El programa inicia en la plaza fundacional de Engativá, quizá el lugar más tradicional y representativo de la localidad, la presentación se hace en compañía de un grupo de niños habitantes del sector de Engativá Pueblo.

-Propósito de la información: es un propósito informativo: pues argumenta al momento de la presentación que es un programa que cuenta las actividades propias de la localidad.

-Apelación de credibilidad: actores y/o expertos, el primer experto que se observa es el presentador Otoniel Umaña, periodista de reconocida trayectoria en la televisión nacional y presentador por mucho tiempo de noticias en Canal Capital, al cual pertenece el programa televisivo *Engativá Humana*.

-Representaciones: identidad, el presentador se ubica en la plaza fundacional de la localidad de Engativá y hace mención a los antiguos habitantes indígenas de este lugar. Territorio: se apela a la plaza como territorio que une al pasado de la Engativá municipio con la actual Engativá localidad, como dato importante se destaca que esta es la única localidad de Bogotá que no tiene ubicada su alcaldía local en el marco de su plaza fundacional.

-Cabezote del programa: como es costumbre está presente en todos los programas de la temporada

-Descripción: cuenta con datos internos, pues la construcción de su discurso se da a través de imágenes que recurren a representaciones de identidad o territorio como símbolos propios de este lugar: una imagen de la alcaldía local y otra del Humedal Santa María del Lago, lugareños en actitud alegre, un símbolo del medio ambiente del territorio, la fotografía de una tingua, que es un pato de la

sabana que habita los diferentes humedales de la localidad, el MAC Museo de Arte Contemporáneo, único en la zona noroccidental de Bogotá; algunos jóvenes universitarios, ya que esta localidad cuenta con dos universidades: la Universidad Libre y la Corporación Universitaria Minuto de Dios, que ofrecen formación no solo a los habitantes de la localidad sino que impactan a otras localidades de la capital, algunos otros jóvenes en el Skate-park del barrio Villas de Granada, en representación de otro tipo de jóvenes, mostrando la diversidad existente en la localidad.

Así como la figura del alcalde en las vías que están en reparación con maquinaria pesada en el terreno, avenidas en buen estado con autos a mediana velocidad, aunque uno de los problemas más recurrentes en Bogotá sea el mal estado de las vías públicas, pues es ejemplificante tener buenas vías en la localidad ya que esto habla bien de la gestión del alcalde, aunque estas vías sean de orden distrital y no local; los adultos mayores, la plaza fundacional y el árbol de Eucalipto que también es un símbolo de la identidad de los habitantes del municipio de Engativá y por supuesto no puede faltar la imagen de *Engativá Humana*, el término humana es además el eslogan de la Alcaldía Mayor de Bogotá en la administración de turno y que es replicado en cada una de las 20 localidades de la capital, en donde aparece acompañado del respectivo nombre de cada localidad, así por ejemplo están Engativá Humana, Fontibón Humana.

Sección: Rendición de cuentas

-Descripción: el presentador introduce la nota en la cual se hace un balance de la rendición de cuentas del alcalde local Carlos Mauricio Naranjo Plata y se presenta las opiniones de algunas personas frente a la gestión del mandatario.

-Tipo de datos: datos internos: se abre la nota con imágenes de gente en el Teatro Minuto de Dios, se escucha música dinámica, se presentan actividades de arte urbano: grafiti, danzas de adultos mayores y payasos, se ve al alcalde de Engativá en contacto con la gente, el logotipo de Engativá Humana y Bogotá Humana y se presentan datos de los avances de las obras. En lo lingüístico se emplean frases como: “bella localidad”, “importancia de la participación”, “transformación”, “se cuenta con el apoyo de la comunidad”, “nos falta cultura”, “hace rato no se veía una rendición de cuentas así”. Mientras los datos externos se presentan desde el punto de vista de los entrevistados en la infografía como habitantes de Engativá.

-Apelación de credibilidad: actores y/o expertos, se presenta al alcalde de Engativá como la principal fuente de credibilidad ante el acontecimiento y se hace referencia a él con nombre propio: Dr. Carlos Mauricio Naranjo Plata.

-Propósito de la información: es informativo ya que se presenta un hecho específico. Respecto a la captación, no se presenta ninguna contraposición, el principal actor es el alcalde local a quien llaman por su nombre: Carlos Mauricio Naranjo Plata.

Sección: Reparación de vías

-Descripción: se presenta el proyecto “Movilidad Humana” y los avances en cuanto al mantenimiento de la malla vial.

-Tipo de datos: Datos internos, se construye la narración mientras se muestra a algunos hombres con uniforme institucional trabajando, hay uso de maquinaria pesada como remolques y retroexcavadoras, en ella está presente el logotipo de *Engativá Humana*; se presentan cifras específicas “12.000 mil millones invertidos o un millón 200 mil habitantes beneficiados”. Los datos externos: un habitante del sector beneficiado con el arreglo de la vía y se afirma: “es fruto del trabajo de la comunidad” a la que califica de unida, el alcalde habla a la cámara y se le observa rodeado gente que no habla, él no la controla, simplemente las personas están ahí dando contexto.

-Apelación de credibilidad: expertos/actores: habla el alcalde local como autoridad y conocedor de la situación, presenta las cifras oficiales con herramientas para dar credibilidad al proceso informativo y se presenta a una habitante de la comunidad como conocedora de la problemática que se está solucionando.

-Propósito información: es informativo, en cuanto da a conocer un hecho real y concreto: la pavimentación de una vía y las cifras presentadas son fácilmente comprobables. Captación: se da a conocer las obras fruto de las acciones de la alcaldía local de Engativá.

Sección: El Barrio

-Descripción: se presenta la sección como un espacio para recordar la historia, y para visibilizar los cambios, los personajes y la actualidad, en esta ocasión el protagonista es el barrio El Encanto a través de dos invitados quienes son habitantes del mismo.

-Tipo de datos: datos internos, se presenta el barrio como un lugar limpio, sano y seguro, se muestran las diferentes obras que han generado crecimiento y se hace énfasis en la organización comunal. En los datos externos: los habitantes, en este caso son mujeres de la tercera edad, hablan desde sus experiencias, se presenta la historia del barrio.

-Apelación de credibilidad: Expertos/actores: la sección centra la fuente de credibilidad en las mujeres mayores que conocen de primera mano la historia del barrio, las invitadas fueron Ana Rita Gómez y Ana de Naranjo.

-Propósito de información: es de captación, se presenta el barrio de manera muy general, se le atribuyen adjetivos al sector como: bello, tranquilo, bonito, limpio y se da a conocer el barrio El Encanto desde la visión de sus habitantes.

-Representación presente: identidad, la hay con el barrio, pero no con la localidad, no se hace referencia alguna a Engativá; hay identidad en cuanto al barrio como una construcción común, se reconstruye el tema identitario a través de las fotografías y el territorio está demarcado por los límites del barrio.

Sección: Gente.

-Descripción: se presenta a los personajes de la localidad, el conductor del programa pronuncia por primera vez el gentilicio de la localidad: engativeños y engativeñas y califica a los habitantes del territorio afirmando: “La gente de Engativá es emprendedora, generosa, cariñosa, comprometida con la seguridad, el bienestar común”.

-Tipo de datos: datos internos, el personaje invitado es Alcira Escandón, una gestora de participación de la alcaldía de Engativá, quien tiene una discapacidad visual por lo que se muestra como ejemplo de superación e inclusión. Ella viste una chaqueta con el emblema de las administraciones local y distrital, esta gestora participa en las actividades de la alcaldía local en las que se muestran la papelería y los logos de la administración; se construye audiovisualmente el problema de la ceguera, pasando de full color a escala de grises y luego a negro; se refuerzan los estados de ánimo del personaje a través de la música, se comenta que la invitada vive en Ciudadela Colsubsidio, un barrio fácilmente reconocible por los moradores de la localidad. En los datos externos: se presenta a la funcionaria como una mujer de familia y como una persona espiritual que vela por los valores y las tradiciones.

-Apelación de credibilidad: expertos, se presenta a la familia de la invitada, que son su hijo y su esposo, así como a sus amigos y compañeros de trabajo quienes reafirman la importancia de este personaje en Engativá. En referencia al lenguaje: hay una narradora que ofrece información sobre la retinitis pigmentosa que es la enfermedad padecida por la invitada.

- Representaciones: territorio, Alcira Escandón siempre es invitada y presentada en los diferentes lugares de la localidad como: la alcaldía, el barrio o el Centro Comercial Diverplaza entre otros.

Sección: Pregunta al alcalde.

-Descripción: se presentan diferentes inquietudes de personas de la localidad sobre temas como la seguridad, el mantenimiento de la malla vial, la infraestructura y los servicios públicos.

-Tipo de datos: datos internos, el alcalde responde de manera clara a las diferentes preguntas de los habitantes de la localidad, presenta las acciones que la administración local desarrolla sobre la presencia de habitantes de calle en la localidad, dicha intervención del alcalde se acompaña con imágenes de apoyo del sector y otras en donde se observan algunos habitantes de la calle. Datos externos: un representante de la comunidad es quien presenta la problemática.

-Propósito de información: es persuasivo, se presentan las acciones que la alcaldía ha realizado para solucionar el problema de los habitantes de calle en cuanto a seguridad, pero va más allá y presenta los programas de resocialización y trabajo social que se están llevando a cabo en Enagtivá.

-Apelación de credibilidad: expertos/actores, el alcalde es presentado como un experto en temas de seguridad y de resocialización.

Sección: Información general:

-Descripción: se muestran actividades de las entidades de la localidad, en este caso del Hospital de Engativá con su jornada de vacunación para mascotas.

-Tipo de datos: datos internos, aparecen gestores de participación de la alcaldía en apoyo a la actividad y se ven también los logotipos de la administración distrital. Datos externos: habitantes del barrio El Encanto dan su opinión frente a la actividad.

-Propósito de la información: es informativo, se dan a conocer actividades propias de las entidades.

-Apelación de credibilidad: actores, la narradora da la información, los habitantes y beneficiarios del servicio dan su opinión sobre la actividad realizada.

Sección: Agéndese con nosotros

-Descripción: se presentan actividades culturales y de servicios de algunas entidades privadas y de la administración local.

-Tipos de datos: datos internos, infografías de las actividades, fotografía del alcalde, imagen del logo de la administración local. En el cierre del programa hay descripción cuando el presentador despide el programa e invita a seguirlo a través de las diferentes redes sociales.

Una vez hecha esta descripción y el análisis respectivo, se presentan a continuación las tablas que describen el resumen de los programas, incluyendo las categorías, la descripción de cada una de ellas y el enlace en donde se puede visualizar cada uno a través de Internet.

Tabla 2. Resumen del programa número 1.

Enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=Nuw0oeN1MNY>

Categoría.	Descripción.
Actores	El periodista Otoniel Umaña cuenta con gran protagonismo, él es el anfitrión, es una cara conocida en el medio periodístico local y nacional, además hace de forma clara una introducción del programa presentando sus objetivos y su estética. Por su parte, el alcalde local Carlos Mauricio Naranjo Plata es el principal protagonista, hace tres apariciones en media hora, captando la atención durante casi la mitad del programa incluyendo el cabezote introductorio donde su figura está presente. En la sección: El personaje, la presencia de la administración local también es notoria ya que la invitada hace parte de la misma, además se muestra a una mujer con discapacidad, es decir se promulga implícitamente que hay una administración incluyente. Los personajes del barrio aparecen en un espacio en el cual no se nombra a la administración, ellos expresan sus opiniones sobre los diferentes acontecimientos.
Acontecimientos	El acontecimiento en general fue la administración local, una que es eficiente, que rinde cuentas, que arregla las vías públicas de la localidad, que responde las inquietudes y que es incluyente. También está el acontecimiento de un barrio como El Encanto que ha crecido y ha mejorado sus condiciones de vida considerablemente.
Propósito de información	Predomina el propósito de captación, pues se centra en mostrar actividades, cuenta con el trasfondo político y el interés persuasor ante la buena gestión del alcalde, de hecho se evidencian situaciones que no fueran controladas por la producción del programa.
Representaciones	En este capítulo no se trabaja de manera amplia la representación de identidad, solo se hace alusión al territorio de manera expositiva para ubicar al televidente sobre desde dónde y sobre qué se va a hablar.
Varios	Se presenta el cabezote con una gran carga territorial e identitaria que se puede consolidar o no durante la temporada.
Conclusión.	Se define el perfil del programa como un espacio para la captación y difusión de la labor del alcalde local. El objetivo del programa no es generar procesos de identidad con el

territorio, es más bien informar sobre las actividades desarrolladas por la alcaldía local.

Fuente: propia

Tabla 3. Resumen del programa número 2.

Enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=WmWzRonfcPg&t=936s>

Categoría.	Descripción.
Actores	El protagonista nuevamente es el alcalde local y su gestión, presentada en primera persona a través de habitantes y funcionarios de su administración. Existen otros protagonistas como los residentes del barrio Tabora, pero es mucho más evidente el trabajo en posproducción de fotografías e infografías que el testimonio de los habitantes. El señor Juan Carlos González un actor, es el personaje de la semana, esta sección es la única en la que se desliga la administración local, cuenta con datos internos controlados por la administración local.
Acontecimientos	Las vías, el crecimiento del barrio, las construcciones con acontecimientos de la vida cotidiana de Engativá, se ligan al propósito de captación, pero cada una de ellas es construida bajo el discurso de apropiación y de sentido de pertenencia con la localidad. Se vinculan los acontecimientos ambientales con el proyecto de la demarcación del nuevo humedal; el personaje no tiene vínculo pero se liga al acontecimiento localidad en cuanto que es un ejemplo para la localidad.
Propósito de información	El único presente es el de captación.
Representaciones	Desde la narración se da la representación de identidad, los habitantes construyen identidad desde su barrio, sin nombrar a la localidad de Engativá. En la sección “Yo también siembro” se describe un fenómeno interesante con los patos canadienses que no continuaron su migración, este hecho es utilizado por la producción como un ejemplo del territorio de Engativá, mencionando que esta localidad es un buen lugar donde vivir, generando así un ejercicio de empoderamiento.
Varios	En las secciones El Barrio y El Personaje se construyen cualidades propias del engativense. Allí hay un propósito de captación pedagógico poco utilizado hasta ahora, en la sección que habla de las licencias de construcción hay un ejercicio de enseñanza al respecto. En este capítulo el protagonista sigue siendo el alcalde Naranjo Plata, se perfila el

Conclusión.	programa como un escenario de divulgación de los hechos que hace la alcaldía con un propósito claro de captación y la construcción de una identidad, un estilo de gobierno. Se incluyen algunas secciones que podrán ser un mejor espacio para analizar la construcción de identidad, los hábitos de consumo cultural y las agendas como en la sección El Personaje y El Barrio.
--------------------	--

Fuente: propia

Tabla 4. Resumen del programa número 3.

Enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=jL6qu-WWw5s&t=1313s>

Categoría.	Descripción.
Actores	En este programa el alcalde Naranjo Plata reaparece como actor principal, no obstante él no abre el programa, esta vez cede el protagonismo a un ingeniero de la administración local quien habla sobre las obras y las mejoras en la malla vial. El alcalde sigue viéndose al lado de la gente, en esta oportunidad con jóvenes que participan en temas artísticos y culturales. Así mismo en la sección Entre Todos, el alcalde local se presenta como un funcionario que habla con la comunidad, que responde sus inquietudes y es cercano. El Personaje invitado es una mujer recicladora, cuya presencia es utilizada como un comodín para presentar propaganda de la administración distrital, a través de un comercial con el eslogan y la música del programa de reciclaje liderado por la Alcaldía Mayor.
Acontecimientos	En la programación de <i>Engativá Humana</i>, el arte y el grafiti aparecen por primera vez como un espacio y un acontecimiento importante para la identidad de la localidad. El programa no puede desvincularse de las directrices del Canal Capital ni de la administración distrital, lo que hace que deba apoyar los procesos institucionales locales. El acontecimiento en esta oportunidad gira en torno a los ataques permanentes de los medios masivos de información al esquema de recolección de basuras y de reciclaje implementados por la Alcaldía Mayor de la ciudad, se evidencia que existe un vínculo de sumisión laboral y de acatamiento de las políticas que vinculan a las alcaldías locales con el nivel central.
Propósito de información	Es netamente de captación, se presentan los logros de la alcaldía local, sus personajes, los avances y la cercanía de los funcionarios con la gente. En la sección El Barrio, se observa una desvinculación de la temática, pues se presentan allí más datos externos, no controlados a diferencia de las demás secciones del programa. El arte y el grafiti se presentan como un espacio importante para la identidad de la localidad, se reafirma el tema de lo ambiental con el reciclaje de material de la malla

Representaciones	vial y con la mujer recicladora que fue el personaje de la semana, estos son entonces elementos de identidad local.
Varios	El Barrio es un espacio importante para localidad por sus historias y por los acontecimientos de trabajo comunitario como el crecimiento y el desarrollo local. El programa de televisión <i>Engativá Humana</i> es un espacio mediático relevante para la construcción de la identidad de la localidad y en él se reconocen algunos adjetivos o características propias a la gente que allí habita.
Conclusión	En el programa número 3, <i>Engativá Humana</i> se sigue afianzando como un espacio informativo de propaganda a la administración local, sin embargo llama la atención el trabajo conjunto que hace la administración de Bogotá para posicionar también a Gustavo Petro Alcalde Mayor de la ciudad y a sus programas de gobierno, de la misma manera es importante analizar cómo se vislumbra algunas identidades desde el arte y desde el medio ambiente.

Fuente: propia

Tabla 5. Resumen del programa número 4.

Enlace: Enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=cGdpHzkl3Tw&t=24s>.

Categoría.	Descripción.
Actores	El alcalde local sigue siendo el protagonista, sin embargo, su presencia en esta emisión no es tan fuerte como en los capítulos anteriores, en sus apariciones él se muestra como un experto en temas de cuidado de la salud, como un líder en el control de problemas como el licor adulterado y como un trabajador incansable. Esta vez, cedió protagonismo a actores externos que ejecutaron un proyecto; mientras el personaje de la semana no tiene vínculo visible con la alcaldía local.
Acontecimientos	Los temas de control de problemáticas sociales son lideradas personalmente por el alcalde, los demás acontecimientos son acompañados por frases que ubican a Engativá como un espacio diferente a las demás localidades de la capital colombiana nuevamente se habla de la gente de Engativá con adjetivos como talentosa, alegre y del territorio como un espacio ecológicamente responsable y de participación, convivencia y paz.
Propósito de información	Es el de captación, con datos internos muy definidos por la producción del programa, en este capítulo se da la oportunidad de presentar sus proyectos a otras instancias que

	no son oficiales.
Representaciones	El discurso del presentador Otoniel Umaña refuerza la representación de identidad con el territorio, por ser un lugar para el cuidado del medio ambiente.
Varios	El uso de los logotipos y las imágenes institucionales de la alcaldía local y del distrito es muy fuerte.
Conclusión.	El programa <i>Engativá Humana</i> continúa con su tendencia de propaganda gubernamental, pues allí se posiciona a la localidad desde el discurso mediático como un lugar en donde el medio ambiente es un tema central.

Fuente: propia

Tabla 6. Resumen del programa número 5.

Enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=ThWz4F4yCZs&t=510s>

Categoría.	Descripción.
Actores	A diferencia de los anteriores programas, en este el alcalde local no aparece en pantalla, aunque si lo hacen algunos funcionarios de la alcaldía especialmente Fredy Ortiz, quien representa a los proyectos ambientales, de hecho, esta es su segunda aparición en el programa. El personaje de la semana es una jugadora de la selección Colombia de fútbol de salón, habitante del barrio Tabora, ella es presentada como docente en el proyecto 40 x 40 liderado desde la Alcaldía Mayor de Bogotá que impacta a la localidad y como un verdadero ejemplo a seguir.
Acontecimientos	Los acontecimientos narrados son hechos cotidianos de la alcaldía local y son presentados con un ánimo netamente informativo.
Propósito de información	Las actividades presentadas son principalmente de orden informativo, los datos externos son más que los datos internos, respecto a la búsqueda de credibilidad se presentan elementos del lenguaje más que personajes, espacialmente en la sección El Barrio, se usan infografías y cifras que muestran resultados de la gestión del alcalde local.
Representaciones	El proceso de representación del territorio con la historia del barrio Villas de Granada, uno de los más grandes en extensión y número de habitantes, es fuerte, se consolida una vez más la idea de Engativá como un territorio en el cual se le da

	mucha importancia al cuidado del medio ambiente.
Varios	Nuevamente el programa presenta proyectos distritales en la escala local. El personaje de la semana es Natalia Riveros, presentada como un ejemplo de deportista, de mujer y de ciudadana, ella es el modelo de los profesores que hacen parte del programa de educación complementaria implementado por la Alcaldía Mayor.
Conclusión.	En el programa número 5 no hubo presencia del alcalde Naranjo, sus actividades no contaron con la fuerza de captación que se venía manejando en programas anteriores, en tanto que sesiones como El Barrio y El Personaje se tomaron el protagonismo.
Fuente: propia	

Tabla 7. Resumen del programa número 6.

Enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=EAbCiSSRing&t=668s>

Categoría.	Descripción.
Actores	Los protagonistas son Engativá y sus actores. El alcalde local a diferencia del capítulo anterior aparece dos veces durante la emisión del programa, responde preguntas e interactúa con los niños, sin embargo, el protagonismo en esta oportunidad es otorgado a los habitantes de la localidad.
Acontecimientos	<i>“El municipio más que la localidad”</i> es un relato de Guillermo Samudio residente de Engativá, está cargado de remembranzas y da cuenta del municipio como un lugar lleno de alegría y de buenas costumbres. Los acontecimientos abordados por parte de la alcaldía fueron tres, pero como se pasaron muy rápido casi que quedan desapercibidos.
Propósito de información	Sigue siendo un espacio en el que se busca la captación del público, sin embargo, la fuerza del capítulo se centra en la captación de la representación de identidad con las historias de los habitantes de Engativá.
Representaciones	La representación de identidad y territorio es fuerte ante el conocimiento de los íconos y lugares de representación, se incluye el Jardín Botánico dentro de los espacios de reconocimiento por ser un lugar relacionado con el medio ambiente y por la gran importancia que tiene para la localidad y para el Distrito Capital.
	El vocabulario usado en el programa es coloquial buscando la identificación con los habitantes. El Observatorio Local vuelve a ser nombrado en la sección de Preguntas al alcalde, espacio que se está posicionado como una instancia para el servicio de la

Varios	comunidad.
Conclusión.	En el programa número 6, las actividades de la alcaldía local que se presentaron fueron cortas, si bien aparece el alcalde en dos ocasiones, él no es el protagonista.

Fuente: Propia.

Tabla 8. Resumen del programa número 7.

Enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=fMmp8XBsSTk&t=217s>

Categoría.	Descripción.
Actores	En este programa el protagonista cambia radicalmente, ya no es la figura del alcalde local sino la de los jóvenes de Engativá. La imagen de la administración sigue presente en todo momento, no obstante, los funcionarios de la alcaldía se ven limitados solo a la sección inicial. El alcalde Naranjo solo aparece en una de las experiencias de forma casi subliminal para tomar protagonismo al saludar a los actores principales de la nota, él no habla solo está presente, el protagonismo lo tienen los proyectos juveniles y en general la comunidad local.
Acontecimientos	Las actividades culturales y deportivas son las protagonistas, aunque la alcaldía y su gestión es importante en tanto que son los funcionarios quienes patrocinan económicamente las actividades y los proyectos.
Propósito de información	Los proyectos juveniles y su ejecución son los protagonistas, estos mezclan los propósitos de las organizaciones juveniles con los de la administración local, por tanto, los testimonios responden a la información sobre los proyectos y simultáneamente la alcaldía hace presencia por medio de vallas, muñecos inflables y logos.
Representaciones	Se construye una nueva forma de reconocimiento del territorio pues allí se presentan posturas frente a concepciones de territorio y sentido de pertenencia de otras maneras, a diferencia de lo que hasta el momento venía sucediendo ya que los territorios y las identidades proyectaban la postura de los adultos en y desde la postura oficial.
Varios	Se socializan actividades sobre deportes, medio ambiente, música y teatro.
Conclusión.	En la emisión del programa número 7, el alcalde Naranjo cede el protagonismo casi de forma total a los jóvenes de la localidad y el capítulo muestra otras formas de ser engativense, unas que no están mediadas solo por la mirada de la administración local.

Fuente: propia

Tabla 9. Resumen del programa número 8.

Enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=3wwBNMLD5I&t=1184s>

Categoría.	Descripción.
Actores	En este programa nuevamente los protagonistas son los jóvenes, el alcalde no aparece ni directa ni indirectamente, aunque sí hacen presencia algunos funcionarios, hay apoyo a través de la voz en off y de los comentarios del presentador buscando que la presencia de la alcaldía local no se pierda del todo.
Acontecimientos	Las actividades juveniles son el acontecimiento, se habla de música, deportes, teatro para la inclusión y de reconocimiento de la diversidad sexual en la localidad.
Propósito de información	Se mantiene el propósito de captación, no obstante, la presencia de la administración local está en cada una de las notas sobre los proyectos que ejecuta, con lo cual el propósito varía pasando a ser netamente informativo al presentar las actividades que promueve la alcaldía local, los eventos con sus horarios y los beneficios para quienes hagan parte de los diferentes proyectos.
Representaciones	Se construye la representación de una Engativá joven, hay espacio para la cultura, para la música rap o hip hop y se muestra un territorio para la inclusión y la diversidad en el cual se genera un sentido de pertenencia.
Varios	En todas las iniciativas juveniles se menciona el apoyo económico de la alcaldía local y se muestran logotipos, inflables o material alusivo a la administración del momento, excepto en la iniciativa <i>Bogotá patina</i> pues allí no se hace alusión alguna, quizás porque la líder del proyecto es militante de un partido diferente al que pertenece el alcalde Naranjo.
Conclusión.	En el Programa 8, la alcaldía local deja su objetivo principal de mostrar las obras, ejecución y logros de su administración y da participación controlada a los jóvenes permitiendo que den su punto de vista frente a los proyectos, a los intereses y a las representaciones del territorio de Engativá.

Fuente: propia

Tabla 10. Resumen del programa número 9.

Enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=aNIIOlwy0vM&t=12s>

Categoría.	Descripción.
Actores	Los actores principales son los jóvenes y al igual que en el capítulo anterior se presentan actividades de música, deportes, danza y protección del medio ambiente, esta vez se suman los habitantes del barrio Santa Helenita. El personaje de la semana es un funcionario de la alcaldía local que desarrollan temas de cuidado del medio ambiente y ha participado en capítulos anteriores; una vez más vuelven las actividades de la alcaldía y son protagonistas los funcionarios, aunque a pesar de la variedad de actores presentes en este capítulo los jóvenes son quienes tienen un mayor protagonismo.
Acontecimientos	Se muestran las actividades propias de la alcaldía local, entre tanto los jóvenes están logrando posicionar diferentes acontecimientos desde su mirada y su voz, sigue habiendo una mínima injerencia de la administración local que sigue haciendo presencia en casi todas las secciones.
Propósito de información	En los espacios de los jóvenes los datos en su mayoría son externos, estos son contados desde su voz y su punto de vista, se retorna a las actividades que son más informativas que de captación y sigue estando presente la iconografía de la administración.
Representaciones	Se representa un territorio diverso y con múltiples formas de habitarlo, se encuentran sentidos de identidad principalmente en la sección El Barrio, se detecta que el espacio identitario no se aborda desde la localidad sino desde la barriada; de hecho, este es el primer sector de los que han participado en que se relaciona la gestión del alcalde Naranjo con referencia a la ayuda del crecimiento del territorio.
Varios	El personaje de la semana es un funcionario de la alcaldía local, quien es presentado como un ejemplo a seguir, sobresale Engativá como un espacio para el cuidado y la preservación de los recursos naturales, estos dos aspectos se convierten en elementos de identidad de la localidad.
Conclusión.	En el capítulo 9, la administración cede espacios a los jóvenes y a la comunidad, sin dejar de mostrar sus actividades y avances principalmente en temas ambientales, a la vez que se constituye como un tema prioritario e identitario el cuidado del medio ambiente.

Fuente: propia.

Tabla 11. Resumen del programa número 10.

Enlace: Enlace: https://www.youtube.com/watch?v=d_KDTx3SXi4&t=1243s

Categoría.	Descripción.
Actores	Aparecen los Ediles, que son una corporación de elección popular, de circunscripción solo de la localidad que lideran las Juntas de Administración Local JAL, no son parte de la administración local, en algunas oportunidades estos son y hacen oposición al alcalde local. Nuevamente los jóvenes presentan sus proyectos que son apoyados por la alcaldía de Engativá. El personaje de la semana es un voluntario de la Defensa Civil Colombiana quien es un funcionario de la alcaldía local. Hacen presencia los habitantes del barrio El Mirador, un barrio joven a diferencia de los hasta ahora presentados, que son tradicionales.
Acontecimientos	Las actividades diarias de los ediles y las agendas políticas que se desarrollan en la localidad.
Propósito de información	Es netamente informativo, pues la función de la JAL, es independiente de la alcaldía, se genera entonces una agenda informativa, mientras los espacios juveniles cuentan con la voz que relaciona la acción del alcalde Naranjo, pero es más fuerte el testimonio de los Ediles que la injerencia de la administración local.
Representaciones	Los jóvenes construyen su discurso desde la identidad con la localidad, hacen énfasis en ser representantes, en generar espacios dentro de la localidad en y desde sus proyectos y actividades.
Varios	Se presenta el festival de música Tivarock, un espacio que ha ganado su lugar en la escena musical de la ciudad y que hace parte de los espacios de representación de la localidad.
Conclusión.	En el programa número 10, se destaca el espacio para los Ediles de la localidad buscando que sean reconocidos por la audiencia. De nuevo el personaje de la semana es un funcionario de la alcaldía que da entender que las personas que conforman el equipo de la administración local son personajes ejemplares.

Fuente: propia

Tabla 12. Resumen del programa número 11.

Enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=KykX5j11Mm0&t=1104s>.

Categoría.	Descripción.
	Reaparece en pantalla el alcalde Naranjo Plata y los funcionarios de la alcaldía vuelven a tener el protagonismo de los primeros capítulos. Los habitantes del barrio

Actores	Las Ferias muestran su territorio, los avances y las diversas actividades que desarrollan allí.
Acontecimientos	El acontecimiento principal es la alcaldía y sus actividades más relevantes, el mantenimiento de la malla vial y las actividades que fomentan la participación. El barrio es un acontecimiento y la comunidad muestra que puede hablar libremente.
Propósito de información	Es netamente de captación, se muestralas diferentes actividades, la presencia simbólica de la administración local es fuerte ya que están presentes sus logotipos en las chaquetas que usan los trabajadores y en las maquinarias, también se refuerza con la presencia de los funcionarios y del mismo alcalde que posiciona la información y los avances de su gestión.
Representaciones	Se ve muy arraigada la identidad de los habitantes con su barrio, ellos expresan frases de cariño por su territorio, a la vez que refuerzan la idea de que ya no es inseguro, antiguo imaginario social que le heredó al barrio Las Ferias apelativos como “pueblo quieto” pues eran frecuentes los asaltos a mano armada en las décadas de los 70 y 80.
Varios	Se refuerza el tema del cuidado del medio ambiente, esta vez utilizando las infografías que habían sido poco usadas en la estética de la producción audiovisual.
Conclusión.	En el capítulo 11 el alcalde retoma el protagonismo que había cedido a otros actores, es decir vuelven a destacarse los funcionarios locales y sus actividades como la recuperación de la malla vial.

Fuente: propia

Tabla 13. Resumen del programa número 12.

Enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=i86uef8ZYug&t=1343s>

Categoría.	Descripción.
Actores	En esta última emisión, de nuevo la protagonista es la alcaldía local, como espacio, como construcción, como ese edificio que muestra sus instancias y dependencias. Así mismo, hace parte de la ella el Observatorio Local de Engativá y sus funcionarios quienes también pudieron presentar su trabajo, esta institución había estado presente pero no se había mostrado directamente en el programa televisivo: En esta emisiónse hace presente el barrio San José haciendo énfasis en la ayuda que le brinda la alcaldía local para su crecimiento y para la calidad de vida de sus habitantes, adicionalmente se muestra la Mesa Local de Hip Hop con sus actividades, representantes, avances y logros. El acuerdo de paz que se firmara entre el grupo guerrillero de las FARC y el

Acontecimientos	gobierno nacional de Colombia trasciende y llega a la localidad, pues la alcaldía local ofrece apoyo a las personas reinseradas de este grupo, este es un acontecimiento que hasta ahora no se había tratado, se logra quizá en mérito de ser el último programa de la temporada se muestran los resultados obtenidos en los temas más importantes para la localidad.
Propósito de información	Es principalmente de captación, los datos internos de la producción del programa son más que los externos, la presencia de la alcaldía y el mismo alcalde son recurrentes.
Representaciones	Se genera representación de identidad con los procesos permanentes desde la construcción discursiva del presentador “Engativá es una Localidad buena para vivir es territorio de paz” entre otros adjetivos que emplea.
Varios	Se posicionan los espacios y el edificio de la alcaldía como territorio propio y de todos.
Conclusión.	En el programa número 12, con que termina, la producción del mismo, se decide que el alcalde Naranjo sea de nuevo el protagonista en cumplimiento de sus objetivos gubernamentales, que implican dar a conocer las actividades y los logros de su administración principalmente en cuanto a la malla vial y el cuidado del medio ambiente.

Fuente: propia

Fase 3: Instancia mediática.

Se realizaron cuatro entrevistas estructuradas a los realizadores del programa de televisión *Engativá Humana*, ellos son: Ximena Santamaría productora y realizadora delegada por el Canal Capital, Dayán Rodríguez, miembro del equipo de prensa de la Alcaldía Local de Engativá, responsable de los contenidos desde la alcaldía local y jefe de prensa al momento de la realización de la entrevista, Jorge Sánchez, coordinador del Observatorio Local de Engativá y Otoniel Umaña, periodista de Canal Capital y presentador del programa. Es preciso señalar que la consecución de las entrevistas fue una ardua tarea, pues por diversas circunstancias al momento de su realización ya había transcurrido algún tiempo desde de la emisión del programa televisivo.

El cuestionario planteado y desarrollado fue socializado previamente con los directores de esta investigación, quienes lo aprobaron, Anexo C. Este cubre todas las temáticas que buscan recopilar información sobre el programa, sus objetivos y su relación con los temas de identidad,

territorio y otras representaciones sociales presentes en el territorio de Engativá. Estas entrevistas, excepto la de Dayán Rodríguez quien no lo permitió, se realizaron en formato video por dos razones fundamentales: la primera buscando coherencia con la temática audiovisual y la segunda por temas de veracidad y verificación de la información obtenida. Una vez realizadas se procedió a la transcripción de las mismas para su posterior análisis.

En la etapa de análisis de la información, se utilizó el programa ATLAS.ti versión 7, que es un software científico de análisis de datos cualitativos que “permite extraer, categorizar e intervincular segmentos de datos desde una gran variedad y volumen de documentos. Basados en su análisis, el software le ayuda a descubrir patrones” (2014, p.8), para posteriormente codificarlas en pro de verificar los conceptos trabajados, en este caso las categorías están basadas en Charaudeau (2003). En la representación de los datos se utilizaron gráficos y redes de conexión entre otras herramientas que brindada este software, recurriendo a la dinámica del software se crearon varias familias y códigos de análisis, no obstante al final el dato consolidado corresponde a cuatro familias y 29 códigos de análisis, pues algunas familias y códigos de los planteados inicialmente fueron eliminados y otros ajustados de acuerdo al contenido a analizar.

Las cuatro familias consolidadas responden a los objetivos planteados en este trabajo, es decir a temas relacionados con identidad, representaciones sociales, contexto y pacto comunicativo, dentro de ellas se relacionan los 29 códigos con el concepto mayor, así por ejemplo dentro de la familia de identidad, aparecen los códigos de identidad local, identidad con el municipio, códigos identitarios, factores de no identificación entre otros; mientras en la familia de pacto comunicativo se establecen los conceptos trabajados por Charaudeau (2003) y que permiten identificar las relaciones en el marco del espacio de estrategia, todo ello con el fin de determinar las relaciones e identificar la manera en que se establece la identidad en la localidad de Engativá y de qué manera el programa televisivo *Engativá Humana* contribuyó o no al fortalecimiento de esta representación.

Una vez realizado este proceso se encuentran los siguientes hallazgos:

Tabla 14. Familias y Códigos hallados

Familia	Códigos de análisis
1. Identidad	*Identidad local. *Identidad con el municipio. *Contenido audiovisual identitario. *Territorio.

	*Factores de no identificación. *Código de identidad.
2. Representación social	*Forma de circulación de la representación. *Gestores de representación: personas, grupos, entidades. *Código de intercambio. *Código de representación desde el medio. *Símbolos de representación desde los actores.
3. Contexto	*Lugar de representación. *Hábitos y consumos culturales. *Agendas mediáticas. *Antecedentes. *Relación con la televisión Pública: Canal Capital.
4. Pacto comunicativo	*Acto mediático. *Instancia mediática. *Instancia receptora. *Acontecimiento bruto. *Acontecimiento interpretado. *Acontecimiento construido. *Tensión. *Credibilidad del medio. *No credibilidad en el medio. *Credibilidad del actor. *Inclusiones o exclusión. *Propósito de captación. *Propósito de información.

Fuente: propia.

Descripción del proceso de entrevistas con los productores de Engativá Humana

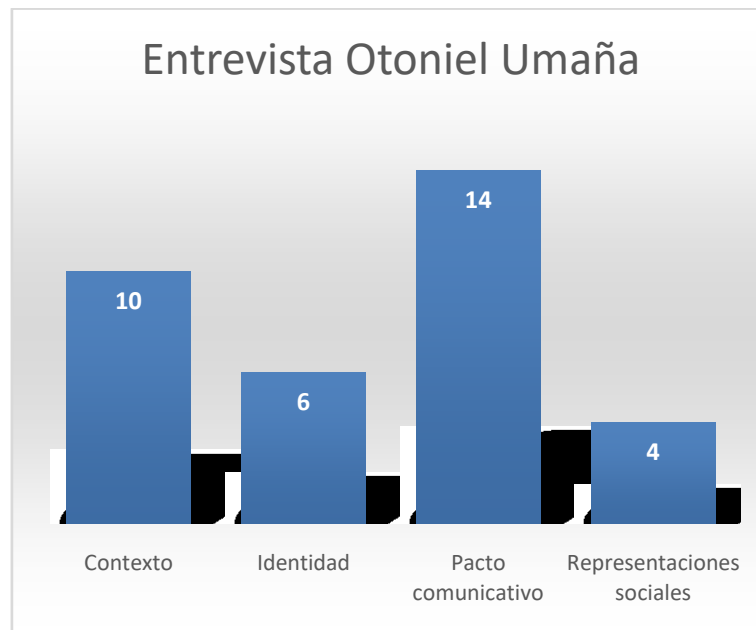
1. Otoniel Umaña: presentador

Enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=nTZHHEPeTXw&t=51s>

Notas iniciales: Se contactó al entrevistado por medio de las redes sociales, se le expuso las razones de la entrevista, la temática de esta investigación y su propósito, luego de un tiempo de espera el periodista aceptó, el encuentro se realizó en su apartamento ubicado al sur oriente de la ciudad de Bogotá en horas de la mañana, allí hubo un ambiente de cordialidad y de colaboración, su actitud fue siempre de apertura a los cuestionamientos y no dudó en sus respuestas, por el contrario estas fueron concretas y con una alta dosis de experticia tanto en el tema técnico como en el conceptual. La transcripción la entrevista está en el Anexo F. Fue una entrevista de 22 minutos de duración.

Respecto a las familias los resultados se detallan en el siguiente gráfico:

Gráfico 2. Frecuencia de familia - Otoniel Umaña.

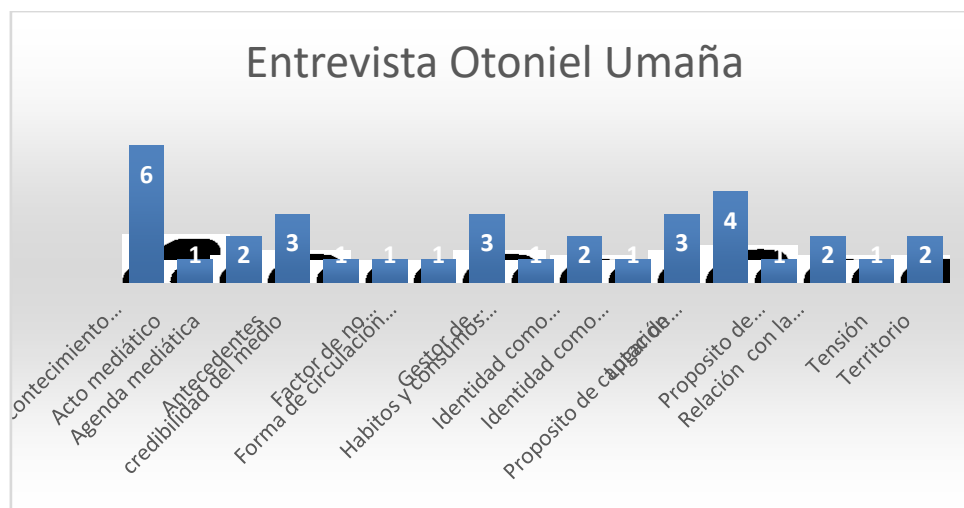


Fuente: Propia empelando ATLAS.ti, versión 7.

En esta entrevista aparecen las cuatro familias creadas para el análisis con 34 menciones, la más recurrente es la de Pacto Comunicativo y la menos es la de representaciones sociales.

Con referencia a los Códigos Recurrentes los resultados se presentan a continuación

Gráfico 3. Códigos Recurrentes - Otoniel Umaña.



Fuente: Propia empelando reporte de ATLAS.ti, versión 7.

Aparecen 17 de los 29 códigos establecidos, el código más recurrente fue el de acontecimiento con seis apariciones seguido por el de propósito de captación con cuatro.

En la entrevista al periodista Umaña se encuentran algunas particularidades quizá por su rol como presentador y su experiencia en los medios masivos de información, una de ellas es que él tiene presente que el programa es un acontecimiento construido, que es una oportunidad para mostrar lo mejor de Engativá desde la mirada del alcalde a quien hay que dar a conocer, mientras el código propósito de captación es recurrente a lo largo de su testimonio. Durante la entrevista se presenta el proceso de construcción de la imagen, que él denomina “Instante supremo” y gracias a su experiencia logra encontrar la imagen desde la estética propia del programa y así captar la atención del televidente, para él es claro que el programa cuenta con un público amplio: adultos, adultos mayores y jóvenes, conoce las formas y los consumos culturales que identifican a cada grupo social.

De otro lado, en los testimonios de Umaña se identifica una variable importante y es que él no reconoce que actualmente exista una identidad por parte de los habitantes de la localidad con el municipio o que ellos sientan que Engativá sea importante como municipio sino como una localidad dentro de Bogotá, identifica eso sí que la localidad gana importancia frente a otras por su historia que se remonta a la colonia española. Así mismo considera que por lo colosal de la ciudad de Bogotá no existe una identificación con el antiguo municipio de Engativá, reconoce a Engativá como un sitio “dónde vivir bien” y ante los lugares y propone los siguientes lugares como representativos: El humedal Santa María del Lago al que califica de hermoso, el Museo de Arte Contemporáneo, la plaza fundacional, el árbol de Eucalipto que allí se encuentra y las casas que rodean dicho lugar.

Para Umaña, el tema de la migración y los asentamientos regionales son un factor de no identidad, pues cada quien trae sus costumbres que se encuentran con las de las personas oriundas de otras

regiones para convertirse en miembros de la ciudad de Bogotá y no de la localidad, se puede decir entonces que Engativá es importante para el por su historia y que esta es relevante al hacer parte de la capital bogotana. Para finalizar es preciso comentar que Otoniel Umaña encuentra un factor de tensión que inicia con su postura frente a la actividad del alcalde de Engativá Mauricio Naranjo, quien está totalmente alineado con las políticas del alcalde Mayor Gustavo Petro, pues para el comunicador existe coherencia entre la apuesta política de los dos mandatarios que se ve reflejada en el contenido del programa y que a su vez es coherente con la línea editorial de Canal Capital.

En el proceso Umaña encuentra una segunda tensión pues al momento de realizar la entrevista la administración ha cambiado y se ha renovado en su totalidad el personal del Canal Capital generando así una nueva línea editorial, que a su consideración ha hecho “desaparecer” el canal en términos de contenido y programación desde la línea de Derechos Humanos y comunidad que tuvo durante la administración anterior.

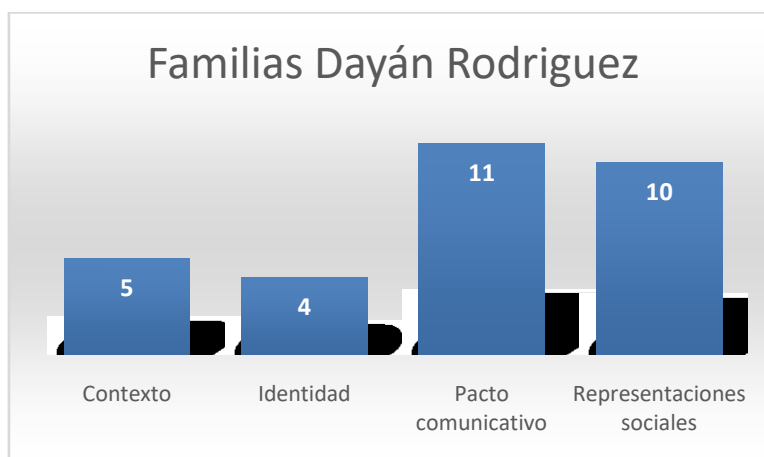
Dayán Martínez: jefe de prensa Engativá, Anexo G

Enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=KGXCWzjUDu8&t=26s>

Notas iniciales: Dayán hizo parte de la oficina de prensa durante la realización del programa, sin embargo, para el momento de la entrevista es jefe de prensa de la alcaldía local de Engativá, ella conoce bien el proceso y es la responsable de las comunicaciones de la localidad. Martínez tardó demasiado tiempo en dar la aprobación para la entrevista, de hecho, esta se logró el último día hábil del año en horas de la tarde en la oficina de prensa de la alcaldía local; la entrevistada asumió una actitud recia, únicamente permitió que se grabara el audio, aunque al final se logró en ella un poco de confianza pues el autor de esta investigación conoce a un funcionario que también hace parte del equipo de la oficina de prensa de la alcaldía, lo que le ofreció a Dayán Martínez más seguridad.

Con referencia al grupo de familias, los resultados se presentan a continuación

Gráfico 4. Frecuencia familias - Dayán Rodríguez

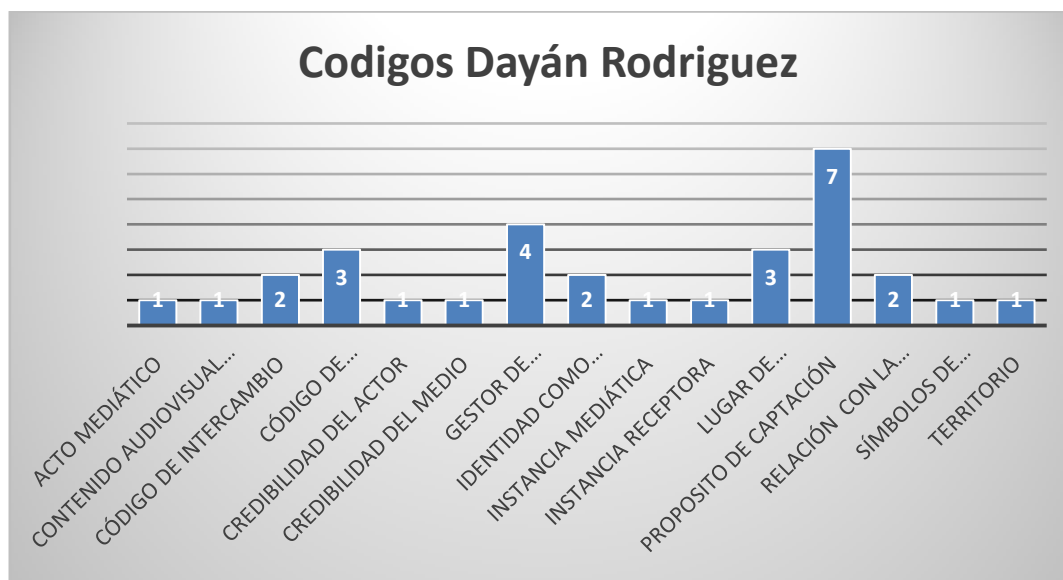


Fuente: Propia empelando reporte de ATLAS.ti, versión 7.

En esta entrevistase presentaron todas las familias de análisis, la de mayor recurrencia es la de pacto comunicativo con 11 menciones y la de menos repetición es la de identidad tan solo con 4 menciones.

En referencia a los códigos recurrentes, los resultados son los siguientes:

Gráfico 5. Códigos recurrentes - Dayán Rodríguez.



Fuente: Propia empelando reporte de ATLAS.ti, versión 7.

Se detectaron 15 de los 29 códigos propuestos, siendo el más recurrente el de propósito de captación y el segundo con más apariciones es gestor de representación.

En su discurso como es lógico, Dayán Martínez privilegia aquello que quiere decir el alcalde o la administración locales, hace referencia al mandatario como un “alcalde joven, cercano y con un trabajo previo” que le permite ser un gestor importante de representación en la localidad, considera que está alineado con los propósitos del Canal Capital y se presenta a ella misma como el enlace entre el Canal Capital y la oficina de prensa de la localidad. Reconoce que el objetivo no es generar un ejercicio de identidad, pero que se dio de buena manera, pues afirma que el objetivo principal es: presentar los trabajos, las obras y los avances que la administración local logra en términos de gestión administrativa y que por ser este el objetivo del canal, el mandatario local consideró al canal como el medio propicio para su difusión y que el alcalde menor “lo único que le interesa es mostrar lo positivo de la administración”.

Rodríguez considera que los líderes sociales que aparecen en el programa son gestores muy importantes de representación y que los espacios del territorio que aparecen allí superan lo local, llegando incluso a tener alcance en Bogotá, aunque siguen haciendo parte de la localidad, un ejemplo de ello son el estadio del barrio Tabora y el Parque La Florida. En cuanto al término engativeño, considera que fue utilizado por la administración como una estrategia de empatía y de identificación con la población que habita el territorio, pues es mejor hablar de engativeño que de ciudadano o de bogotano en general. Los lugares que reconoce como centros de identidad son los humedales y el Puente de Guadua, afirma también que el programa *Engativá Humana* se constituye en documento histórico de una gestión por las obras que se realizaron, también sostiene que este televisivo es en definitiva un espacio en donde desde ya se vislumbran futuros propósitos políticos para el alcalde Naranjo, por último ella considera que los mayores beneficiarios son los televidentes pues aprenden y conocen los aspectos positivos de la gestión administrativa.

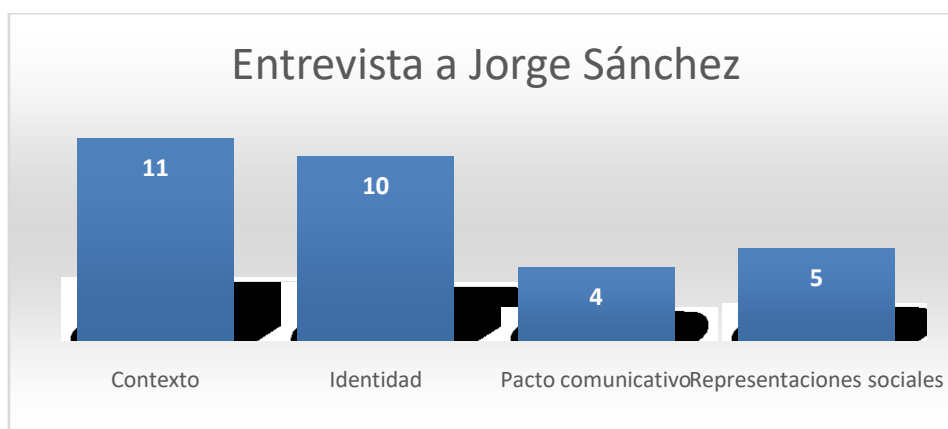
Jorge Sánchez: Coordinador del Observatorio Local de Engativá, ver anexo H.

Enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=0gGs0aNnZxs&t=36s>

Notas iniciales: Jorge Sánchez fue quien más fácil accedió a la entrevista, no se requirió de cita alguna y atendió de manera inmediata la propuesta, esta fue realizada en su lugar de trabajo con el problema de la contraluz, pero era el único lugar en el cual se podía grabar, él mantuvo una actitud cordial, dio respuestas precisas y mostró amplio conocimiento sobre los temas de Engativá, incluso hizo amplia referencia a su investigación sobre la historia de la localidad.

Los resultados sobre las familias se explicitan a continuación:

Gráfico 6. Frecuencia familia - Jorge Sánchez

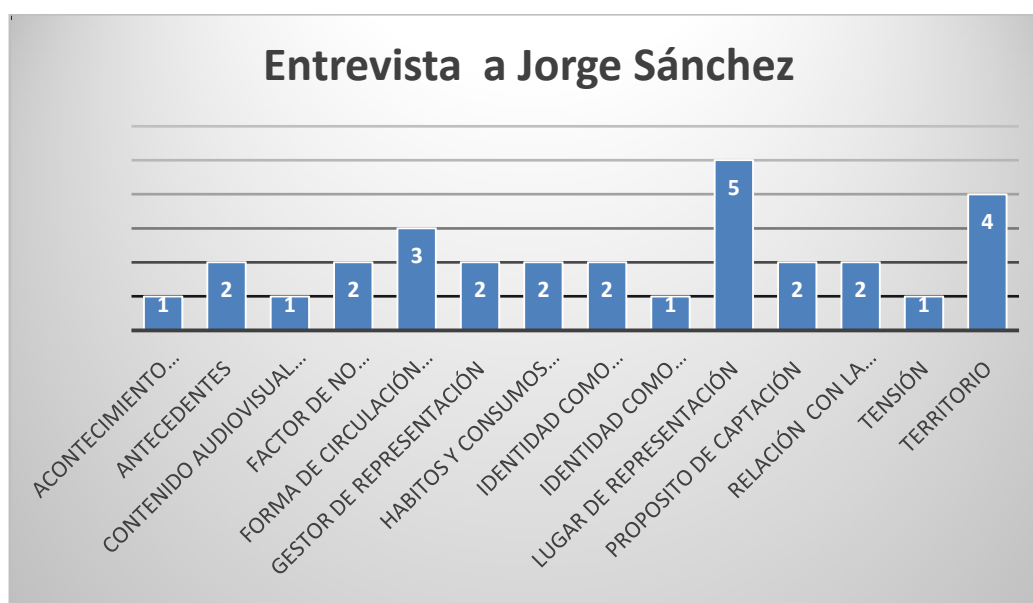


Fuente: propia empelando reporte de ATLAS.ti, versión 7.

En esta entrevista aparecen todas las familias de análisis, además es apenas previsible que por el amplio conocimiento que Sánchez tiene de la localidad, las familias que más presentan códigos sean la de contexto y la identidad.

Respecto a los códigos recurrentes, el siguiente gráfico muestra los resultados:

Gráfico 7. Códigos recurrentes - Jorge Sánchez



Fuente: Propia empelando reporte de ATLAS.ti, versión 7.

Se presentan 14 de los 29 códigos establecidos, de los cuales el más recurrente fue lugar de representación con 5 menciones seguido por territorio que tiene 4.

Sánchez considera que el programa *Engativá Humanabusca* mostrar la gestión del alcalde local, pero que supera positivamente su objetivo y termina mostrando a la localidad, afirma que no es la primera vez que se realiza un programa de televisión, en tanto que los antecedentes señalan que estas piezas comunicativas responden más a un video institucional realizado por las administraciones anteriores que a un programa televisión como tal, uno que tenga continuidad y su respectiva parrilla de programación, Jorge Sánchez además comenta que el Observatorio Local de Engativá resguarda toda esa información audiovisual pues estas piezas son un referente de identidad de la localidad igual que el alcalde.

Señala también que el programa de televisión que se analiza en esta investigación, es un espacio para mostrar la gestión del alcalde, que es una estrategia de la administración local y que encuentra asidero en la televisión pública administrada por el Distrito Capital, que para la fecha de emisión tenía una corriente de izquierda progresista. Durante la entrevista Sánchez da a conocer su percepción sobre el papel que juegan los medios masivos de información y lo hace desde una corriente de pensamiento de derecha, contraria a la visión de la administración de la ciudad de Bogotá de ese momento, argumenta desde su propio punto de vista cuál debe ser la función de la televisión pública, que en este caso está representada por Canal Capital y cuál debe ser el papel que jueguen los medios alternativos y comunitarios presentes en la localidad de Engativá.

Sánchez, releva los avances de la administración local, su gestión y la figura del alcalde a quien califica como un gestor de representaciones al ser un líder de la comunidad, considera además que el Observatorio Local de Engativá es un espacio que genera representaciones por ser el repositorio de información más importante que tiene la localidad y por el espacio en el cual los habitantes buscan información en caso de requerirla, punto de vista que Sánchez también afirma en la entrevista que se le hace en el capítulo 12 del programa.

Él ratifica que este programa televisivo es una herramienta importante para la generación de identidad “quien salió se vio” y “eso es motivo de orgullo” comenta con seguridad, igualmente afirma que la penetración del programa entre el público en general es muy poca, ya que los videos de Engativá no tienen visualizaciones pues no hay hábitos de consumo de este tipo de material, insiste en que son una estrategia importante, pero al no tener continuidad el propósito termina perdiéndose, asimismo comenta que el programa de televisión es una buena herramienta para la creación de identidad local y que la estrategia utilizada por la alcaldía local de acuñar el término engativeño puede dar frutos siempre y cuando se diera continuidad a los procesos iniciados.

Jorge Sánchez dice que engativeño es quien se considera serlo y él así se reconoce, pues ha pasado la mayor parte de su vida allí, trabaja en el mismo lugar y se siente a gusto, realizó una investigación sobre la historia de Engativá y desde sus hallazgos afirma que este territorio no fue fundado porque en principio no era un pueblo sino una “encomienda” y que por tanto la plaza central no es la fundacional sino la primera que tuvo, no obstante y a pesar de este interesante dato, para efectos de esta investigación dicha plaza es uno de los lugares de representación más significativos de la localidad, otros sitios que reconoce Sánchez son el barrio Minuto de Dios, el parque La Florida y el Jardín Botánico.

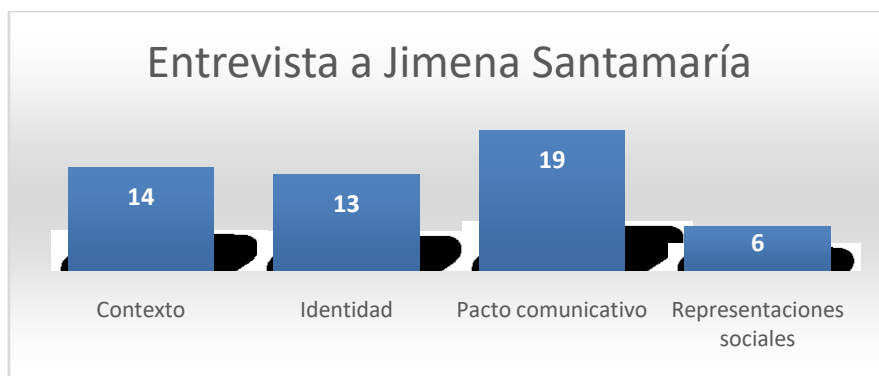
Sánchez considera que solo quien tiene conocimiento podría afirmar que estos son lugares de representación pues los niveles de identificación con el territorio son bajos, en gran parte por la alta movilidad y la migración interna que se da entre las localidades. Finalmente, asevera que hay con el antiguo pueblo de Engativá una identidad más arraigada que con la actual localidad, que esta identidad únicamente persiste en los adultos mayores que viven en el sector de Engativá Centro, en razón de que ellos son quienes conocen toda la historia y eso hace que se sienten identificados con ella.

Jimena Santamaría: Productora Canal Capital, Anexo I

Enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=UVNksbaMSBM&t=66s>

Notas iniciales: Jimena Santamaría es la productora delegada del Canal Capital para el proyecto, por lo tanto es la responsable del programa de televisión, esta entrevista fue la más difícil de conseguir pues al momento de hacer el contacto ella estaba viajando por lo que fue necesario esperar su regreso al país, no obstante cuando esto sucedió aceptó dar sus declaraciones sin problema. La entrevista se realizó en su apartamento en el norte de Bogotá, ella se mostró amable y dispuesta a colaborar resolviendo las inquietudes, ella adicionalmente facilitó la información de los invitados entrevistados en la fase 4. Su colaboración era fundamental para esta investigación por representar la instancia mediática, pues de esta funcionaria dependieron la fase de pre-pro-postproducción y la emisión del programa. Los datos arrojados en esta entrevista se muestran a continuación:

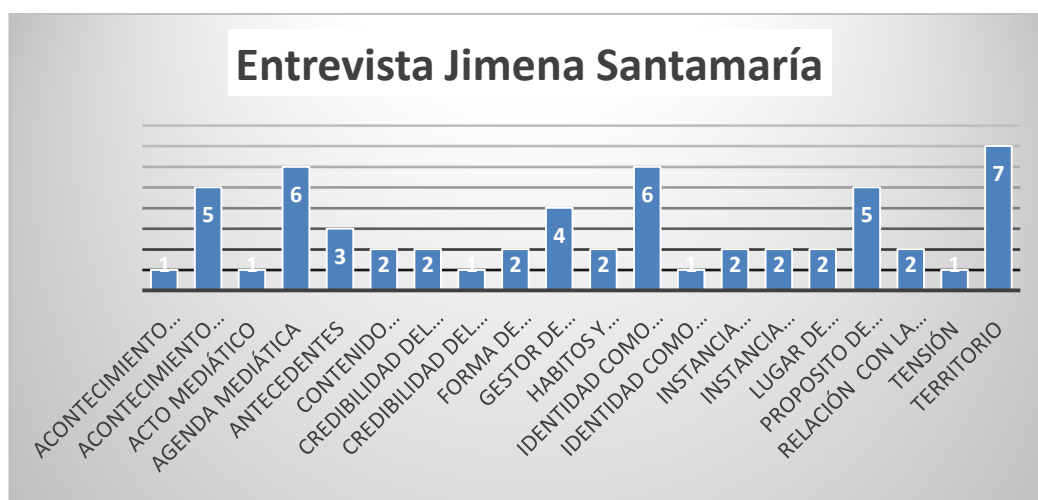
Gráfico 8. Frecuencia familias - Jimena Santamaría



Al igual que las demás entrevistas realizadas en esta fase, las cuatro familias creadas para esta instancia están presentes, como era de esperarse por la posición que asume el medio al que representa la entrevistada y desde su propia perspectiva como productora del programa, la familia de Pacto Comunicativo fue la más recurrente con 19 menciones mientras la que menos tuvo fue la de representaciones sociales.

Los resultados respecto a los códigos recurrentes es la siguiente

Gráfico 9. Códigos recurrentes - Jimena Santamaría



Fuente: propia empleando reporte de ATLAS.ti, versión 7.

En cuanto a los códigos, se hallaron 20 de los 29 previstos, el de mayor recurrencia fue territorio, seguido de identidad con la localidad y agenda mediática, lo que indica que si bien el programa tiene como propósito la construcción de un escenario desde la administración local con los elementos propios de un programa institucional, este se da en relación al territorio.

Otros aspectos que son relevantes de la entrevista a Jimena Santamaría son, ella inicia la entrevista aclarando que el objetivo inicial del programa *Engativá Humana* era el de visualizar la administración del alcalde Naranjo, sus obras, su gestión y las actividades coordinadas desde la

alcaldía local en concordancia con las políticas de Canal Capital, para lo cual se pone a su disposición el equipo humano y técnico necesario para que esta propuesta audiovisual saliera bien en lenguaje y calidad. Además comenta que cada capítulo fue una construcción conjunta y que el trabajo del periodista Otoniel Umaña fue fundamental tanto por su amplia experiencia en el proceso de creación de piezas comunicativas como a la hora de grabar las mismas.

De la misma manera, es necesario señalar que Santamaría refiere que si bien el objetivo inicial del programa no era mostrar la comunidad, este trasciende y se muestra la gestión de la alcaldía local a través de la comunidad y esta empieza a ser protagonista y que el programa de televisión *Engativá Humanase* convierte así en un proyecto comunitario gestionado desde la alcaldía que cada vez le da más voz a los ciudadanos del común, para que expresen lo que quieren decir y presenten sus territorios de la forma en que más les gusta mostrarlo, es decir que los habitantes de Engativá que son los que están interesados ver el programa se convierten en sus protagonistas.

En referencia a la sección Entre Todos, que es el espacio en donde la comunidad le hace preguntas al alcalde, Santamaría afirma que era real, que los interrogantes surgían de forma espontánea y que el funcionario las respondía aleatoriamente; ella presenta al alcalde Naranjo como un hombre líder, creíble, un gestor de representación que construye su imagen con la de sus ciudadanos, al ser interpelada sobre el capítulo 7 en el cual el alcalde aparece de manera sutil en una de las notas aunque está presente de manera subliminal todo el tiempo y que al final aparece en pleno, Santamaría pondera que no es así, que lo que sucede es que el alcalde está presente todo el tiempo en la elaboración de las notas y en todos los procesos locales con su comunidad. En cuanto a los lugares más representativos de la localidad ella considera que son el pueblo de Engativá, la plaza y las casas que la rodean que son la base de la identidad por sus historias, así como también lo es el barrio Minuto de Dios que es uno de los más emblemáticos de la localidad.

Santamaría da a conocer una perspectiva innovadora y es que la localidad adquiere una nueva personalidad e identidad desde los artistas que allí habitan, este hecho cambió la agenda mediática, pues llevó a realizar programas especiales como Sembrando juntos e Iniciativas Juveniles, dado el gran número de artistas y actividades de carácter cultural que se presentaron: grafitis, Hip Hop y teatro, estas iniciativas son presentadas en y desde la perspectiva de las jóvenes, pero con el apoyo del alcalde local, quien es el gestor y el líder desde la perspectiva de la entrevistada, adicionalmente comenta que los líderes sociales y juveniles cambian la representación de inseguridad en los humedales y la de desorden por la cantidad de comercio formal e informal en barrios como el Quirigua y Las Férias, Santamaría es enfática en afirmar la cultura es un factor de identidad.

Finalmente, la productora hace referencia al proceso de transición experimentado por el Canal Capital, pues la misión y los objetivos que se perseguían durante la administración de Gustavo

Petro Alcalde Mayor de Bogotá entraron en confrontación con los propuestos por su sucesor Enrique Peñalosa y surgió la imposibilidad de posar la mirada en la gente y en los procesos sociales, afirmación que deja entrever la posición política de la localidad que tiene Jimena Santamaría y recrea el adagio popular afirmado que “uno ama lo que conoce” y el programa permitió esto, dar a conocer la localidad, su gente y su territorio.

Fase 4: Interpretación de los actores:

Para este momento del desarrollo metodológico se hizo uso de la entrevista estructurada para identificar los códigos, símbolos y estrategias con las que cuentan los residentes de Engativá para la representación de su identidad como comunidad, con lo que se verificaron las interpretaciones de los actores frente al hecho mediático; a través del análisis del acontecimiento interpretado se establecieron las competencias analíticas e interpretativas con las que cuenta la instancia receptora y su nivel de representación e identificación con el producto audiovisual. Las herramientas utilizadas fueron una entrevista estructurada individual a los líderes comunales y a los personajes destacados de los barrios y una en grupo a los señores Samudio, padre e hijo, quienes aparecieron en el programa en eventos diferentes.

Dentro del proceso de búsqueda de los actores se realizó un listado de 30 posibles entrevistados divididos en tres categorías: 1. Historia de los barrios, 2. Personajes y 3. Líderes de Iniciativas Juveniles. Inicialmente se acudió a la alcaldía local, pero los datos de contacto no fueron suministrados por temas de seguridad y protección de la información de los líderes barriales; posteriormente se acudió a los salones comunales de diferentes barrios en donde se obtuvieron algunos datos, simultáneamente se realizó la indagación vía internet básicamente de las asociaciones o proyectos juveniles de la localidad de Engativá y adicional a ello se buscó ayuda por medio de conocidos o de los habitantes de los barrios, de tal forma que se obtuvo una base de datos de 18 personas, algunas dijeron claramente que no les interesaba participar en este proceso y algunas otras argumentaron que sí pero nunca asistieron a las citas agendadas.

Se lograron entonces siete entrevistas a ocho personajes cuyos datos se presentan seguidamente:

Tabla 15. Nombre y cargo de los líderes y personajes.

Nombre	Cargo
Luis Alberto Laverde	líder de Barrio Las Ferias
Orlando Mora	líder del barrio Minuto de Dios

Isidro Leal	líder del barrio Minuto de Dios,
José Ángel Herrán	líder del barrio Engativá Centro
Guillermo Samudio	personaje destacado de Engativá
Juan Carlos González	personaje destacado de Engativá
Danny Valderrama:	Líder de Iniciativas Juveniles y representante de la Mesa de Rock de Engativá
Javier Samudio	Javier Samudio: líder de Iniciativas Juveniles

Fuente: propia

Adicionalmente se realizó otra entrevista a Ana María Gonzales, por cuestiones de agenda se realizó vía telefónica, esta accidentalmente se borró y no fue posible que accediera a realizar la entrevista nuevamente. En el proceso de análisis de la información suministrada por los líderes y por los personajes destacados de los barrios se utilizaron las mismas categorías de análisis: familias y códigos recurrentes que también fueron analizadas a través del software Atlas.ti 7, las cuales se detallan a continuación:

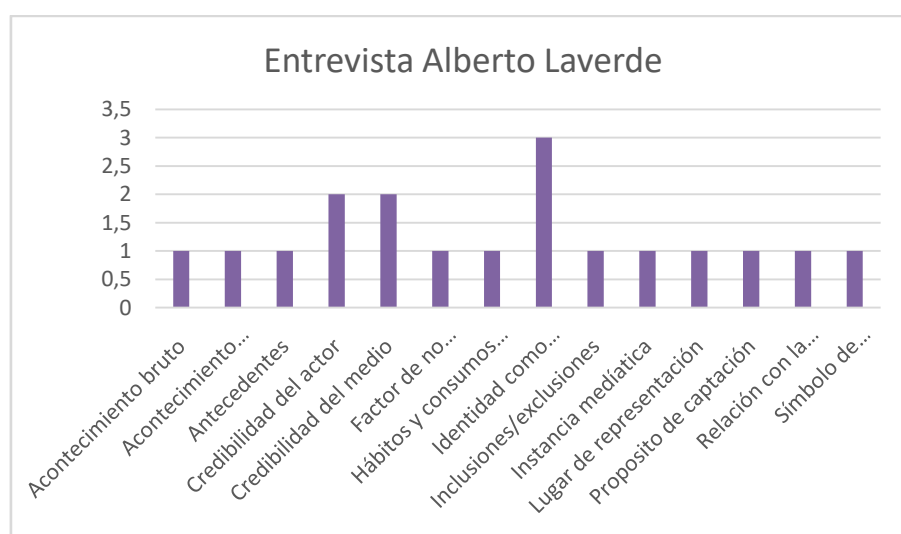
Luis Alberto Laverde: programa número 11.

Enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=cB6VrSxpZ4Q&t=48s>

Notas iniciales: Se le contactó a través de un conocido habitante del barrio Las Ferias, el entrevistado creía que se trataba de un nuevo programa de televisión, se aclararon las dudas, se le propuso que se realizara con todo el grupo de personas que habían participado y se estableció una fecha para el encuentro, sin embargo el día programado no llegó ninguno de los invitados, ni siquiera el señor Laverde, por lo que se programó una nueva reunión tiempo durante el cual el ánimo de participar del líder comunitario decayó y estuvo a punto de no otorgar la entrevista; se acordó una nueva cita a la cual tampoco asistió, se optó por reprogramar la agenda por tercera vez, teniendo en cuenta que si no se lograba en esa oportunidad se desistiría; finalmente en la fecha pactada el señor Laverde llegó al sitio previsto, vestía su ropa de trabajo frente a lo cual preguntó si así estaba bien, se le respondió afirmativamente sin embargo, ante la presencia de la cámara de televisión decidió mejor ir a su casa, bañarse, cambiarse de ropa y afortunadamente regresar, llegó dispuesto a colaborar, realmente este fue un momento emotivo pues sus respuestas y actitud ayudaron de manera

significativa al proceso investigativo, la transcripción de esta entrevista en el anexo J. Los resultados de dicha entrevista se muestran seguidamente:

Gráfico 10. Códigos recurrentes – Alberto Laverde



Fuente: Propia empelando reporte de ATLAS.ti, versión 7.

En la entrevista a Alberto Laverde se presentaron 14 de los 29 códigos en 18 citas, el código más recurrente fue el de identidad como localidad, lo que deja entrever su sentido de pertenencia con el barrio y con su localidad, el señor Laverde vio el programa cuando fue emitido no obstante, se le entregaron los 12 capítulos para que los viera si así lo deseaba y así lo hizo. En términos generales el programa le pareció bueno, no obstante comenta que le hubiera gustado que se hablara más del barrio y que las secciones fueran más largas para poder contar más, confía en este medio de comunicación y ve en él una instancia propicia para resolver problemas locales como la infraestructura vial y para mostrar lo que se hace en las Juntas de Acción Comunal JAC, así mismo para él no es importante la presencia del alcalde local como figura principal del programa más sí destaca la de los líderes comunales.

Afirma que en el programa fueron los líderes comunitarios quienes propusieron los temas, decidieron quién hablaba y sobre qué tema en específico, que todo lo que quisieron decir salió en el

programa sin ningún tipo de transformaciones malintencionadas, por lo que se siente identificado con lo que se vio y se dijo en el programa, hecho que aumenta su confianza en la instancia mediática. De la misma manera, refiere que lo escogieron para participar en el programa, por ser líder de su barrio, comenta que vive allí desde hace 67 años sin embargo, señala que no se reconoce engativé porque lo es quien es oriundo de este lugar, pero que sí se identifica como un habitante de Engativá y como ciudadano bogotano, nacido en el barrio Las Ferias. El señor Laverde es respetuoso de las normas y de las leyes por lo que comenta que cuando su barrio hizo parte de la nueva localidad de Engativá, no tuvo problema en reconocer a los Ediles, al alcalde local ni en establecer como el lugar más representativo de la localidad el edificio de la alcaldía.

Para concluir la entrevista se le pregunta al señor Laverde por la gestión del alcalde Naranjo Plata y comenta que es un muy buen alcalde, que desarrolló actividades culturales para los diferentes sectores de la población como el adulto mayor y la juventud, esta posición puede ser su percepción general o bien, pudo estar mediada por el programa de televisión aún que no lo expresa.

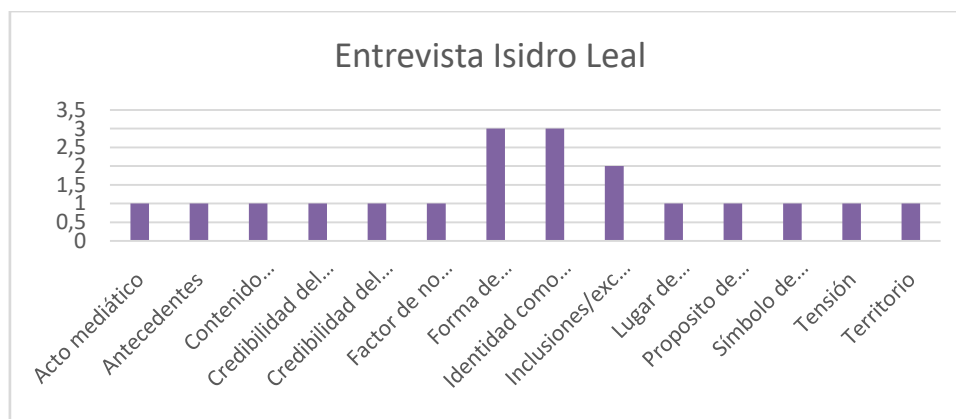
Isidro Leal: programa 3. Anexo K

Enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=yL4tCaNr270&t=24s>

Isidro Leal es habitante del Barrio Minuto de Dios, al igual que Orlando Mora accedió fácilmente a conceder esta entrevista, se llegó a ellos gracias a un proyecto con la comunidad que realiza la Universidad Minuto de Dios denominado *Foto al barrio*, pues fue la investigadora principal de esta actividad quien hizo el enlace telefónico con estos líderes, la entrevista con Isidro Leal fue en las horas de la mañana y realizada en el ambiente tranquilo de su casa colmada de detalles familiares como las fotos de sus hijos, las de él en el Ejército Nacional, esta se dio de manera ágil pero efectiva, aunque Isidro Leal había visto el programa en el que salió, se le facilitó el material audiovisual para que lo viera nuevamente.

En su entrevista se detectaron 14 códigos y 19 citas, el detalle de los resultados es el siguiente:

Gráfico 11. Códigos recurrentes - Isidro Leal



Fuente: Propia empelando reporte de ATLAS.ti, 7

La identidad con la localidad y la forma de circulación de la representación son las más recurrentes con 3 apariciones cada una.

El señor Leal se considera un líder de su barrio pues ha trabajado en la Junta de Acción Comunal por muchos años, conoce la localidad, los barrios, las UPZs pero no se considera engativense, ya que para él engativense es quien nació en el pueblo de Engativá cuando aún era un municipio de Cundinamarca, no obstante se identifica como un bogotano habitante de la localidad décima. Piensa que el espacio televisivo fue importante porque desde su percepción llegó a muchos habitantes del sector, pero que faltó abordar temas como la salud y la atención al adulto mayor, aunque en la fase dos se identificaron un par temas de vacunación en el Hospital de Engativá.

Frente al programa *Engativá Humana* Isidro Leal sigue argumentando que le hizo falta continuidad y aprovecha la entrevista para elevar una queja por este motivo, insiste en que le pareció muy bueno, incluso como documento histórico, también comenta que allí pudo expresarse y sugiere que este debe proyectarse más en otros escenarios como salones comunales y colegios, así mismo afirma que los lugares en los que se construyen las representaciones de la localidad son los encuentros entre líderes de las Juntas de Acción Comunal razón por la cual debería presentarse el programa desde estos espacios. Señala que desea tener el programa completo porque él lo vio, pero no tiene una copia y que le gustaría que su nieta lo conozca como un ejercicio de historia de su barrio Minuto de Dios. Finalmente, al preguntársele sobre la gestión del alcalde Naranjo Plata evade la pregunta dando una respuesta sobre la localidad, pero no se refiere al tema.

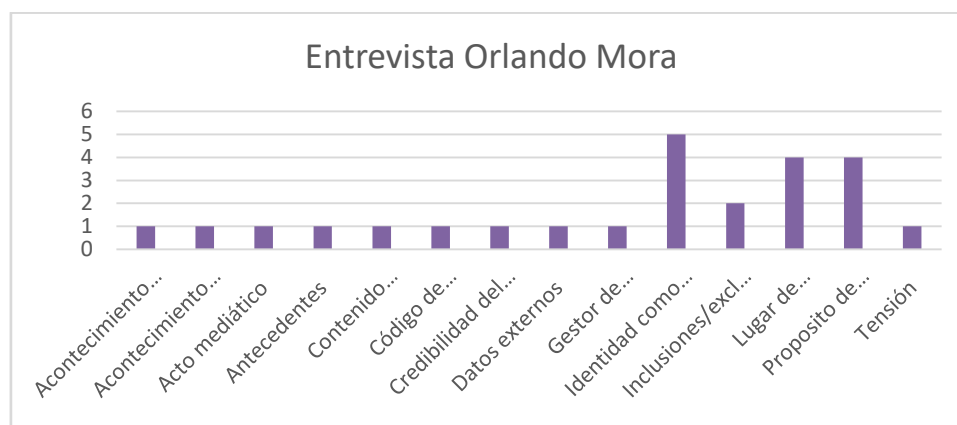
Orlando Mora: Programa 3, Anexo L

Enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=LuKsaSdqz78&t=23s>

Notas iniciales: La consecución de la entrevista con Orlando Mora se dio de forma idéntica a la de Isidro Leal. El señor Mora atendió a la entrevista en su casa en el barrio Minuto de Dios en horas

de la mañana, su domicilio es un apartamento pequeño dentro de una casa grande de la cual es propietario, afirma que lleva mucho tiempo viendo en el sector y habla con propiedad de las dificultades y avances que ha tenido el barrio sin embargo, considera que es el momento de dejar el espacio a nuevas generaciones para el trabajo en las Juntas de Acción Comunal. Los hallazgos de sus respuestas se observan en seguida:

Gráfico 12: Códigos Recurrentes. Orlando Mora, programa 3. Anexo L



Fuente: Propia empelando reporte de ATLAS.ti, 7

En la entrevista con Orlando Mora se presentaron 13 códigos siendo el más recurrente identidad con la localidad que tuvo cinco citas asociadas, él vive desde los cinco años en el barrio Minuto de Dios y da fe de todo su proceso de construcción, el mismo que se narra en el programa, vio el programa en el que él salió porque estuvo pendiente del mismo y también vio algunos otros cuando fueron entregados para su visualización, considera que el programa aborda principalmente la temática de la identidad por encima de la gestión del alcalde, al igual que cree hubiera sido muy importante desarrollar el tema de la educación, aclara que la educación formal y no temas educativos en general, afirma que el programa es muy bueno pues sirve para mostrar lo que se hace en las comunidades y en las Juntas de Acción Comunal JAC.

Al indagarle sobre su participación, señala que esta se dio por su liderazgo en la JAC del barrio Minuto de Dios, al igual que ocurre con varios de los aquí entrevistados, referente al contenido dice que faltó más tiempo, pero que se siente identificado y que el sentido de lo dicho no se perdió aunque según su percepción se cortó mucha información ya que la historia de su barrio es muy grande, piensa que él es una persona participativa y señala una vez más el amplio conocimiento que tiene de la localidad décima: sus límites, sus UPZs y sus lugares simbólicos, a propósito señala como sitios emblemáticos el barrio Minuto de Dios, el parque La Florida, El Humedal Santamaría del Lago y uno nuevo en la lista, el Éxito de la calle 80 con carrera 68, un almacén por departamentos muy reconocido en el ámbito nacional.

En cuanto a la identidad con el territorio, no se considera engativño sino Bogotano, Engativá para él y según el análisis realizado, es solo la matriz de identificación denominativa, afirma que como municipio tenía una historia muy grande que ya no existe, que no hay determinadas características que den identidad o que diferencien a quienes viven en Engativá, en su concepto ahora todos son bogotanos, sin embargo sí se identifica con la localidad décima, pues conoce su alcalde, sus límites y su organización administrativa, califica a la localidad como artística y resalta la presencia de los raperos, grafiteros y actores de teatro que viven allí, frente la administración local, asevera que el alcalde Naranjo Plata realizó una buena gestión, lo califica de humano, entregado a las personas y destaca su apoyo precisamente a los artistas, a la vez que es enfático al reclamar continuidad del programa de televisión buscando que haya impactos importantes, así mismo y a manera de anécdota comenta que el equipo de producción no le devolvió una foto que prestó para la edición del programa.

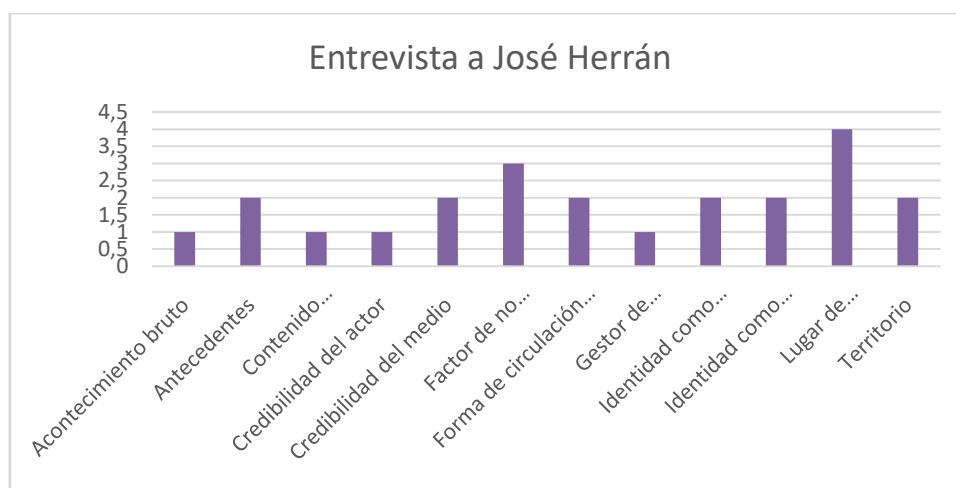
José Ángel Herrán: Programa 6, anexo M.

Enlace: https://www.youtube.com/watch?v=UNPx_IQNFys&t=19s

Notas iniciales: Esta entrevista también fue difícil de conseguir, pues no fue fácil obtener el número de teléfono de la Junta de Acción Comunal, lugar que el líder visita frecuentemente, por lo que fue necesario desplazarse hasta ese lugar en más de cinco ocasiones para identificar los horarios en los que atendían, después de casi un mes se logró coordinar una cita un día martes a las 2:30 P.M., allí se explicó el tema y él finalmente accedió a dar la entrevista. Fue el único de todos los entrevistados que no vio ningún capítulo del programa, por esto se le entregó el material para que lo visualizara y poder así dialogar posteriormente, el día acordado el señor Herrán aún no había visto el material por lo que lo visualizó justo antes de realizar la entrevista.

La razón por la que decidió hacer esta entrevista es porque él es el representante del barrio Engativá Centro que es el epicentro del antiguo municipio y también porque participó en el programa en la sección El Barrio que abarcó el tema del centro histórico. Al momento de la entrevista se le vio tenso y algo evasivo en sus respuestas, algunas de ellas no correspondieron a lo que se estaba interrogando, a pesar de lo cual su entrevista tuvo mucho valor para este proceso investigativo pues reafirma la importancia de realizar este encuentro con un representante de Engativá Centro, los resultados de esta entrevista se muestran en seguida:

Gráfico 13. Códigos recurrentes – José Ángel Herrán



Fuente: Propia empelando reporte de ATLAS.ti, versión 7.

En la entrevista se encontraron 23 citas en 12 códigos, el más recurrente fue el de lugar de representación, seguido del factor de no representación, José Herrán es el personaje que cuenta con más apariciones de este código, tal vez por su amplio conocimiento de las problemáticas del sector.

A pesar de no haber visto el programa en su emisión real, el señor Herrán lo considera como un espacio importante, siempre y cuando la gente lo vea y él mismo se compromete a mostrarlo en las próximas asambleas que se llevarán a cabo en el salón comunal de su barrio. Sin lugar a dudas existe un propósito de captación propio, pues para él el tema de los barrios y de las Juntas de Acción Comunal, es muy importante y se deben desarrollar en el programa televisivo como este para así mostrar los avances a través de un antes y un después de las gestiones, considera que si el programa se muestra puede generar identidad, pero solo si los productores hacen que este circule.

Se identifica a sí mismo, como un líder junto a José Trinidad y a Guillermo Samudio, aunque Herrán sea quien menos tiempo lleve habitando la localidad, pues los dos otros líderes son oriundos de Engativá y él lleva solamente veinte años allí, a pesar de esto es reconocido por los habitantes del barrio como el presidente de la JAC, quien conoce el territorio y sus problemáticas como la no pavimentación de las calles, la inseguridad, el deterioro de la plaza fundacional y el no sentirse parte activa e importante del barrio ni de la localidad pues un gran número de habitantes de Engativá viven en arriendo.

En cuanto a la identidad dice que engativenses son los nativos de ese lugar y que él conoce muchísimos, no obstante que también pueden serlo que sienten a la localidad como él, hace bastante énfasis en la denominación Engativá Centro y no Engativá Pueblo, pues reconoce el valor histórico del territorio referenciando a los antepasados indígenas y recordando al cacique Inga-tiva, personaje que no existió, más sí el vocablo que traduce puerta del sol o tierra de lo agradable o ameno.

En cuanto a su propia identidad, se reconoce engativense e identifica que el principal problema está en la falta de conocimiento de la historia y en la rotación de familias que viven en arriendo. De otra parte, señala que los jóvenes se sienten conectados con la localidad por el apoyo que reciben y que para él los símbolos de identidad son: el árbol de la plaza, la iglesia y plaza entera con sus casas patrimonio, aunque de forma contradictoria busca soluciones para mejorar la plaza y expresa su desacuerdo con el hecho de haberle otorgado el reconocimiento de fundacional y por tanto patrimonio de la ciudad, pues esto impide la instalación de unas canchas sintéticas de fútbol allí.

Un dato curioso de esta entrevista está en la indagación que se le hace al señor Herrán sobre la alcaldía y su traslado de la plaza fundacional de Engativá Pueblo al barrio Boyacá Real, frente a lo cual afirma que “se la dejaron quitar” porque el pueblo era muy lejos y es un sector muy pobre y “la gente no venía”, por eso la trasladaron a pesar de contar ahí con espacio suficiente para mantener la alcaldía local.

Guillermo Samudio –Capítulo 6 y Javier Samudio, capítulo 9, anexo M.

Enlace:<https://www.youtube.com/watch?v=ZFcozVUG3PI&t=22s>

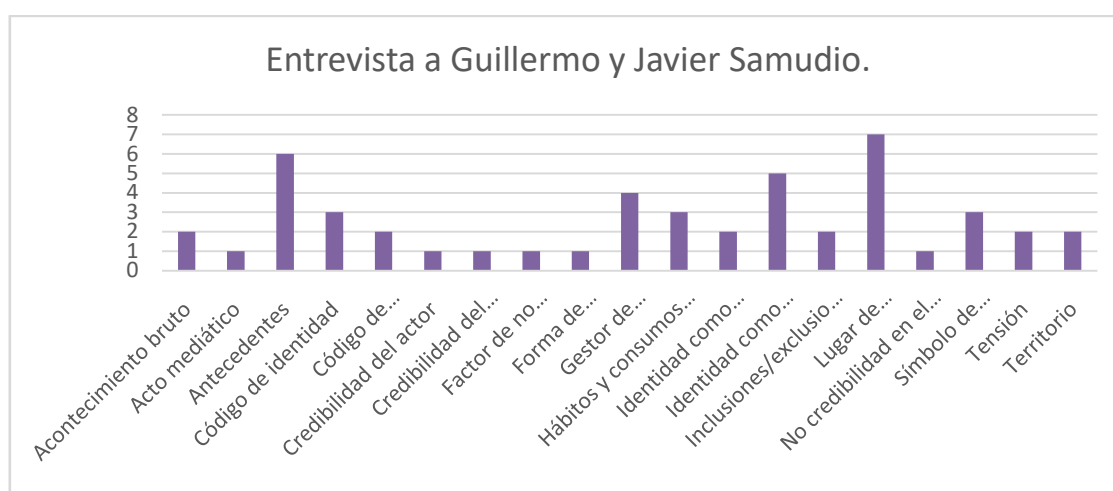
Notas iniciales: la coincidencia en su apellido obedece a una relación de parentesco, ellos son padre e hijo, el proceso con estos dos personajes se dio de forma diferente y totalmente opuesta. Javier Samudio se dio a conocer por la financiación de un proyecto de Iniciativas Juveniles en la localidad, se buscó el contacto por medio de la alcaldía y no fue posible conseguirlo, se realizó entonces la búsqueda en la página Web de la organización sin obtener resultado positivo, luego se logró acceder a una publicación electrónica de la alcaldía local de Engativá en la que se presentaban algunas Iniciativas Juveniles invitando a la gente a participar y allí se obtuvo un número de teléfono a través del cual se realizó el contacto con Guillermo; Javier no estuvo dispuesto a conceder la entrevista dando evasivas en cinco ocasiones diferentes, nunca dijo que no pero tampoco dijo que sí, por lo que se decidió direccionar la entrevista hacia otros proyectos que fueran más representativos.

A Guillermo Samudio quien es el padre, se le ubicó a través de José Herrán quien facilitó las indicaciones de la ubicación de su domicilio. Su aspecto físico es el propio de un hombre de 90 años, ya le es imposible caminar sin embargo, su lucidez mental sorprende gratamente, él conversa con versatilidad sobre los temas de Engativá, de su pasado histórico pero también de su presente, inicialmente se le explicó para qué era el proyecto al igual que la entrevista y accedió inmediatamente, dijo que siempre lo grababan pero que nunca le mostraban el material.

Como al momento de la entrevista se contaba con una copia de los 12 programas de *Engativá Humana*, le fue facilitado dicho material para que lo viera antes de la entrevista. El día de la cita que

se agendara con su hija, se encontraban en la casa los dos líderes comunales, Guillermo y Javier Samudio, así que se logró entrevistar a los dos, Guillermo recordaba muy bien la cita y lo conversado en los días anteriores, ya había visto el programa con el material facilitado mientras Javier afirmó que él ya lo había visto cuando fue emitido por Canal Capital, se le preguntó si quería aparecer y dijo amablemente que sí, la actitud de ambos fue buena, receptiva, se realizó tranquilamente en la sala de la casa y juntos colaboraron al máximo. Los resultados de esta entrevista se representan a continuación:

Gráfico 14. Códigos recurrentes. Guillermo y Javier Samudio. Anexo N



Fuente: Propia empelando reporte de ATLAS.ti, versión 7.

En esta entrevista con los señores Samudio se dieron 49 citas repartidas en 19 códigos, los de mayor recurrencia fueron lugar de representación y antecedentes, debido a que los entrevistados conocen a profundidad el territorio, sus lugares simbólicos, sus problemáticas y toda su historia. En cuanto al programa, Guillermo asegura que le gustó, que es bueno, pero que este podría ser solo de Engativá pues hay mucha historia para contar, afirma: “pueblo que no tiene historia no vale”, lo sigue denominando pueblo, aunque reconoce la actual localidad, así mismo comenta que no hubo espacio para la juventud, lo cual es contradictorio pues justamente el programa en que él aparece es un especial sobre la juventud.

Guillermo se reconoce como un líder desde joven, fue concejal del municipio de Engativá y toda su familia estuvo ligada a la administración del antiguo municipio, de hecho su abuelo fue alcalde del lugar, es enfático al considerar que su actitud para trabajar por la comunidad y el liderazgo que tiene lo heredó de su padre quien no en vano se ganó el visto bueno de los políticos tanto de Bogotá como del orden nacional, comenta con orgullo.

Justamente, en esta línea de liderazgo, los dos entrevistados se convierten en referentes de identidad para la localidad, Guillermo es el autor de un libro que recopila la historia de la localidad, de este documento solo queda un ejemplar que él tiene y atesora cuidadosamente, allí reconoce la idiosincrasia de la gente del antiguo pueblo de Engativá y durante la entrevista ofrece un dato nuevo: que muchos habitantes de este territorio se dedicaron a la pesca en los humedales y en el río Bogotá, que hoy por hoy es uno de los más contaminados del mundo, señala que este hecho fue determinante para la salida definitiva de los indígenas que habitaban el municipio. Por su parte Javier dice que su madre y las demás señoras contaban con el río como un lugar para el encuentro y la socialización y que este daba identidad a Engativá, según él otro detonante de la pérdida de identidad, es la desaparición de eventos tradicionales como el día del campesino, la celebración del Día de Reyes y las conmemoraciones religiosas, aunque aclara que no solo es la pérdida de las tradiciones sino la globalización de la cultura y que esto afecta principalmente a los más jóvenes y más en un espacio como Engativá que es vulnerable por la pobreza y la inseguridad.

En cuanto a los símbolos, los dos líderes comunales reconocen al árbol de la plaza y la plaza fundacional, los humedales y el Parque La Florida, referente al tema de la juventud, Guillermo asegura que ellos no tienen identidad ni con Engativá, ni con nada, pues no saben ni siquiera el Himno Nacional, para él el tema de la educación va ligado al de identidad, comenta que la educación ha mejorado mucho desde la época cuando lucharon por la construcción de un colegio público; también reconoce el crecimiento y los avances que ha tenido en general la localidad, es un conocedor de las obras que actualmente se llevan a cabo como la Avenida Mutis y afirma alegremente: “Engativá está muy bonito”. De la misma forma, comenta que ya casi no quedan oriundos de Engativá y que de ellos se derivaba una idiosincrasia especial de gente culta a pesar de su bajo nivel de educación, ellos eran campesinos, trabajadores, un grupo de gente unida y que todo esto determinaba su identidad “con el antiguo municipio lleno de añoranzas, aunque ya todos somos ciudadanos de Bogotá” afirma.

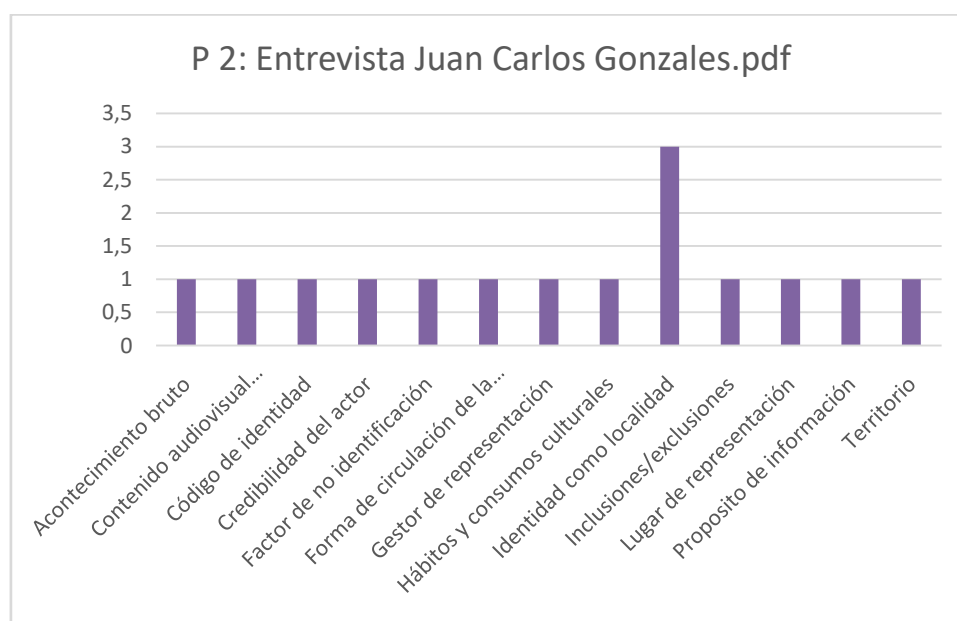
Finalmente, sostiene que siempre lo buscan para entrevistarlos y lo graban pero que nunca se ven los resultados, mientras Javier asevera que *Engativá Humana* es un esfuerzo importante, pero que la alcaldía debe poner a sus periodistas a recorrer los barrios para gestionar los problemas y que la gente se conozca entre sí, para él hay confianza en el medio de comunicación, sin embargo, afirma que el espacio en el que él apareció fue muy corto y que había mucho que contar sobre el proyecto y sobre Engativá.

Juan Carlos González: capítulo 2, anexo O

Enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=-xDE9CxCq6s&t=28s>

Notas iniciales: Se buscó al entrevistado a través de la alcaldía local pero no se obtuvo respuesta, así que se rastreó en el audiovisual algún indicio de él y allí se encontró un logo y un nombre y comenzó el sondeo en empresas que se dedicaran al servicio de conductor elegido y hubo una coincidencia en cuanto al nombre de la empresa y del gerente, se hizo el protocolo necesario para poder contactarlo, al lograrlo se le explicó el objetivo de la investigación y las razones de la entrevista y accedió a ella sin problema, sin embargo el día de la cita se le presentó un inconveniente por lo cual se debió ser cancelada y reprogramada, el día del encuentro Juan Carlos Gonzales se mostró dispuesto ofreciendo respuestas concretas y datos nuevos.

Gráfico 15. Código recurrente – Juan Carlos González.



Fuente: Propia empelando reporte de ATLAS.ti, versión 7.

En esta entrevista no hubo repetición de códigos en las citas y la más recurrente fue la de identidad con la localidad.

El señor González comenta que cuando salió el programa lo vio con toda su familia y que intentó ver los otros programas pero que no lo logró, lo califica de excelente e “importante para que la gente se entere de lo que pasa en la localidad” a la vez, que sugiere que todas las localidades tengan un programa así, que este audiovisual no evidencia un propósito de captación más sí de información, la cual es importante para los habitantes del sector, sostiene que el programa debería continuar con la participación activa de los habitantes, para mostrar todo lo que pasa, lo malo, lo bueno, lo bonito y lo feo.

En cuanto al tema de la identidad no considera que el programa haya ayudado a este propósito, pero que sí podría lograrlo porque si los habitantes conocen el barrio van a sentirse parte de la localidad, sostiene que la identidad con la localidad se ha perdido, que él ha habitado el barrio desde que tenía 10 años, que creció conociendo y teniendo esos valores que le permiten identificarse como un engativeño que habita y trabaja en la localidad, precisa que engativeño es quien se interesa por su territorio y que en la actualidad son principalmente el adulto y el adulto mayor, ya que los jóvenes en su concepto no muestran interés alguno por su parque, por su barrio y menos por su localidad.

En referencia a los lugares más representativos de Engativá el señor González señala dos: el primero es el Aeropuerto El Dorado y que era toda una tradición de los engativeños ir allí para ver despegar o aterrizar aviones y el otro es la plaza fundacional de Engativá, pues se acostumbraba ir a comer chanfaina que es una comida típica del altiplano cundiboyacense elaborada con sangre de animal sazónada con poleo, arvejas, papa, arroz, chicharrones, este dato abre sin duda una nueva perspectiva investigativa.

Danny Valderrama-capítulos 10 y 12, anexo P.

Enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=wuSZj4rNBIE&t=112s>

Notas iniciales: a Danny Valderrama se le intentó contactar por todos los medios descritos en las anteriores entrevistas, finalmente se logró hacerlo a través de la fanpage de la agrupación Deep Silence, por medio de esta red social confirmó la cita de encuentro la cual se cumplió sin contratiempos. Se hizo la entrevista en su casa que es un espacio agradable por lo tanto acogedor, estuvo siempre dispuesto, la charla duró más tiempo lo previsto, aunque solo había visto uno de los dos programas en los que apareció, el segundo de ellos se visualizó previamente a la entrevista.

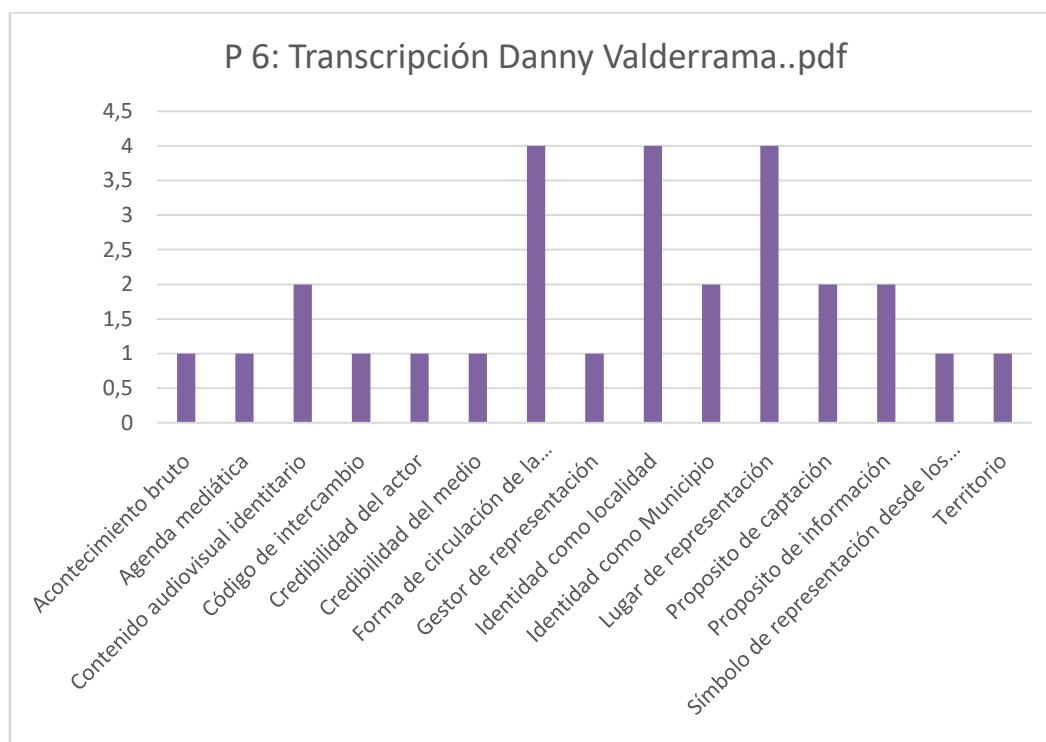
Valderrama es un líder del sector, comprometido con la cultura especialmente con la música y el género del Rock And Roll, conoce y maneja la terminología propia de un líder comunal como movilización, gestión y territorios, señala que el programa fue bueno, sin embargo considera que se pudo involucrar aún más a la comunidad, con todo el potencial que Engativá tiene para darle al Distrito Capital, que este se enfocó más el trabajo realizado por la administración local, cabe aclarar que esta es la primera entrevista que pone a la localidad de Engativá en diálogo con las otras al apoyar a sus artistas y al trabajo que realizan. El entrevistado dice que conoce gente que vio el programa y que este se convierte en un archivo histórico de lo que pasó en la localidad durante el tiempo de emisión del mismo, también afirma que es la primera vez que se muestra a la comunidad de esa manera, que vio el programa y se identificó con lo allí expuesto, pues pudo hablar sin tabúes y decir

todo lo que quiso, reafirma “está bien completo y claro, pero faltó algo de tiempo, pues la historia de Engativá es extensa”.

En cuanto a los lugares más representativos de la localidad, identifica al barrio Minuto de Dios por el Museo de Arte Contemporáneo, el árbol de Eucalipto de la plaza fundacional y la plaza principal, los humedales en especial el Jabo que queda frete a su casa, e incluye el antiguo Teatro Elvira que ya desapareció, lugar muy representativo para quien realmente conoce la historia asociada a temas culturales; afirma que fue seleccionado para aparecer en el programa porque está trabajando temas del Rock desde 1994, que conoce al alcalde desde estas épocas cuando trabajaban juntos con los grupos juveniles en la localidad y continúa señalando que “Uno siempre debe buscar que aportar, no solo que extraer”.

Danny Valderrama se reconoce como engativense, pues creció en la localidad, trabaja en ella, conoce su extensa historia desde los asentamientos indígenas muisca y lo más importante se siente un engativense, comenta que ayuda a las bandas de rock de la localidad antes que a las de afuera y que el movimiento cultural y del Rock And Roll en la zona décima es muy grande. Así mismo, sostiene que los jóvenes sí tienen identidad con la localidad solo que es diferente a la de los viejos, que la diferencia está en las historias y los contextos que han vivido y que *Engativá Humana* ayuda a conocer los puntos de vista de los dos grupos poblacionales.

Gráfico 16. Código recurrente – Danny Valderrama.



Fuente: Propia empelando reporte de ATLAS.ti, versión 7.

Esta extensa entrevista deja entrever la presencia de los referentes descritos anteriormente, con 28 citas y 15 códigos, siendo las más recurrentes formas de circulación de la representación, identidad con la localidad y lugar de representación.

Fase 5: Triangulación comparación e interpretación:

Una vez realizadas las entrevistas y su análisis se procedió a la triangulación respectiva, se hizo con el apoyo de los mecanismos que ofrece el programa Atlas.ti 7, con el fin de visualizar los resultados que permitirán definir las conclusiones de la presente investigación, de tal manera que este sistema arroja un reporte de los códigos en cada una de las fases, lo hace en forma de tabla y permite contrastarlo en y desde la propuesta de Pacto Comunicativo de Charaudeau (2003).

Capítulo 5

Análisis y conclusiones

Análisis desde el proceso de visualización del material

El objetivo del programa televisivo *Engativá Humana* de Canal Capital es claro y evidente: mostrar los procesos y obras ejecutadas por la alcaldía local de Engativá en cabeza de Carlos Mauricio Naranjo Plata, sus logros y avances en temas fundamentales y de relevancia para los habitantes de la localidad como son la seguridad y el mantenimiento de la malla vial; además porque en referencia a la construcción del audiovisual permanentemente están presentes elementos simbólicos propios de la administración distrital y local representados en logos, inflables, chaquetas y/o en el eslogan de la administración local incluso en espacios en los que la alcaldía no es la protagonista.

A pesar de lo cual, se observa que a lo largo de los doce programas emitidos secuencialmente el alcalde Naranjo pierde protagonismo, quizás por temas de su agenda, ya que no podía estar presente en todos los escenarios y además porque se crearon otras secciones en las que no era fundamental su presencia. De tal manera que los programas 1, 2, 11 y 12 cuentan con una presencia importante de la figura del alcalde con un promedio de 4 a 5 apariciones, en las emisiones 3, 4 y 10 él es coprotagonista y su nivel de presencia se limita a 1 o 2 apariciones, mientras en los programas 5, 6, 7, 8 y 9 su presencia es casi nula, mas no así la de la administración pues los logos, las imágenes y el material visual presente refuerza la presencia de la alcaldía local aunque sea de forma implícita.

Se analiza que los jóvenes se toman paulatinamente el protagonismo, dejando ver la importancia que para ellos tiene el territorio y que analizado desde las exclusiones que propone Hall (1996), la juventud está construyendo su proceso de identidad con Engativá desde su mirada particular. De otra parte se observa cómo en la sección de El Barrio los residentes de la localidad pueden contar la historia, desde sus propias percepciones y perspectivas, allí los habitantes se expresan libremente lo que se considera un acierto desde el proceso de construcción audiovisual y máximo si se tiene en cuenta que esta clase de piezas comunicativas deben surgir e ir dirigidos a una comunidad que es y debe ser la protagonista de todo el proceso, en aras de hacer realidad el carácter público de su productor.

Asimismo, es preciso reconocer que los mismos habitantes de la localidad son conscientes de su papel protagónico, por eso reclaman que la sección El Barrio sea más amplia, pues como ellos lo afirman “hay mucho que contar”, a pesar de que los invitados participaron de forma amplia y espontánea; de la misma manera es interesante destacar que en este segmento del programa nunca

se vio que estén presente el alcalde, sus colaboradores ni ningún elemento alusivo a la administración local.

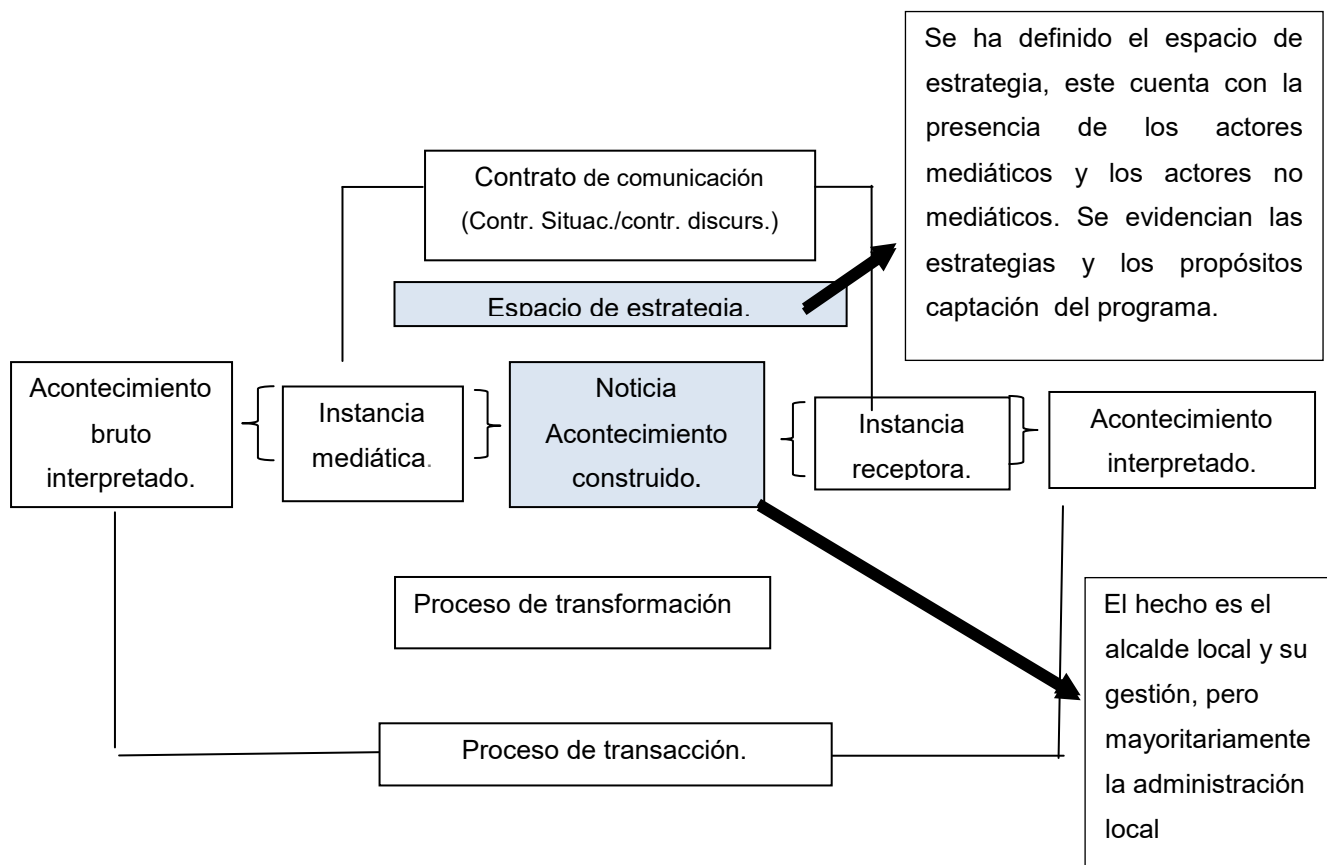
Con referencia a los invitados de la sección Gente, en su mayoría son funcionarios o proveedores de la alcaldía local, así lo demuestra una cifra que es contundente 6/9 lo son y podría pensarse inicialmente que asumen una posición de neutralidad no obstante, tras el análisis de la temporada, se establece que su presencia en el desarrollo del programa televisivo tiene el objetivo de contribuir al reforzamiento de la imagen y de la gestión del alcalde Naranjo Plata, lo que es un claro propósito de captación, según Charaudeau (2003).

Del mismo modo, en la producción audiovisual *Engativá Humana*, se puede observar las siguientes características:

- El presentador Otoniel Umaña y las voces en off dan contexto a las imágenes proyectadas.
- Se hace un recorrido por el territorio posicionando espacios de construcción de identidad medio ambiental como el Humedal Santa María del Lago y el Jardín Botánico José Celestino Mutis.
- Los temas más recurrentes son el medio ambiente y la presencia de lugares emblemáticos como los humedales y los parques de la localidad.
- La estructura del programa *Engativá Humana* es amplia y variada, permitiendo que en secciones como El Barrio los invitados se expresen espontáneamente de hecho, algunos de los entrevistados avalan el hecho de que haya salido en la emisión del programa lo que ellos quisieron expresar.
- Se observa de forma permanente que los sitios icónicos de la localidad son: los humedales, la alcaldía como un lugar físico, la plaza fundacional con su árbol centenario de Eucalipto, el Jardín Botánico y el Museo de Arte Contemporáneo.
- En la inmensa mayoría de los programas hay presencia de la alcaldía local ya sea a través de sus funcionarios o de los elementos comunicativos que los identifican como los colores, el eslogan y los logotipos, cumpliendo con un propósito netamente de captación según lo propone Charaudeau (2003)

Con respecto a lo comunicativo, seguidamente se presenta el gráfico que detalla el contrato de comunicación tenido en cuenta en esta fase de la investigación, el cual resume de forma gráfica la relación entre el Pacto Comunicativo y los hallazgos presentados anteriormente. Es preciso, hacer aclaración de los colores de fondo que se observan en él: se resalta en azul el momento del pacto analizado aquí.

Gráfico 17. Relaciones del espacio de estrategia y acontecimiento construido



Fuente propia: adaptación de El discurso de la información de Charaudeau (2003).

Interpretación de la instancia mediática

Para esta etapa de análisis, se identificó que la finalidad del programa *Engativá Humana* desde el punto de vista de la instancia mediática, es decir de los involucrados en su realización, es el propósito de captación, que busca generar empatía con los televidentes, por medio de lo que se muestra de allí y que “El objetivo principal era conectar un poco más la comunidad con la administración local, reforzar la marca de *Engativá Humana* y generar recordación a través del programa con la comunidad” según lo señala Dayán Rodríguez.

En referencia a la instancia mediática, esta busca: generar lazos de identificación, reforzar la representación de identidad a través de la “buena gestión, mostrar al alcalde como el gestor de dicha representación, es decir: acercar a este dignatario local, a este alcalde local de Engativá al ciudadano

para que ellos lo vean, lo conozcan, lo tengan bien referenciado” según atestigua Otoniel Umaña, desde estos hallazgos se establece entonces que el acontecimiento es la administración y sus acciones, pues al revisar la construcción de la pieza audiovisual se observa que los símbolos de la alcaldía local están presentes en toda la temporada, convirtiéndose así en una estrategia de posicionamiento, según el Pacto Comunicativo de Charaudeau (2003).

Por su parte, la agenda trabajada por los actores mediáticos, se basa en los acontecimientos de la administración local, aunque esta se fue modificando y dio paso a la realidad de la comunidad y a las dinámicas de los líderes y de los habitantes del territorio, especialmente a los jóvenes y sus expresiones artísticas como los grafitis, la música y el teatro. Desde la perspectiva de los entrevistados el territorio cobró importancia por la participación de la comunidad y porque además se permitió a los actores ser protagonistas de las diversas historias, y contarlas muy a su estilo de tal manera que:

Hubo dos programas que fueron especiales de Iniciativas Juveniles, porque fueron tantas las iniciativas, eran tantos los proyectos que había, tanta diversidad y tanta calidad que decidimos con la administración local y con el Canal Capital hacer dos programas especiales para poder mostrar el mayor número de iniciativas, los que habían sido más juiciosos en el proceso, los que se habían destacado por vincular a más personas en los barrios y quisimos que nadie se quedara por fuera y que cada uno de estos temas tan diversos que se habían presentado tuvieran algo de presencia en el programa, afirma Jimena Santamaría productora de Canal Capital.

Se observa además, la capacidad que tuvieron los participantes de reconocer en el territorio las variables presentadas, ellos vieron en Engativá una localidad rica en historia, no solo la de los pueblos indígenas que allí habitaron hace mucho tiempo, sino también las historias actuales; los entrevistados reconocen allí la riqueza cultural y artística presente actualmente en este territorio urbano. Así mismo, el término engativeño se convierte en una estrategia de cercanía para los lugareños, a pesar de que para la instancia mediática esta palabra no está cargada de significado, supo recurrir a ella con gran habilidad, ahora bien, este gentilicio logra generar empatía con sus habitantes y entrelaza relaciones de identidad con el territorio, así por ejemplo se hallan discursos como este: “El alcalde Carlos Mauricio Naranjo Plata invita a todos los engativeños y engativeñas y no a los ciudadanos, porque cuando a ti te dicen ciudadano pues tú lo imaginas más grande, global de Bogotá, en cambio cuando yo te digo: engativeño, tú sabes que es dirigido a ti, señala Dayán Rodríguez, miembro del equipo de prensa de la alcaldía local.

De la misma forma, es relevante señalar que la localidad de Engativá tiene espacios físicos cargados de significado y de representación, entre los más recurrentes están: la plaza que algunos llaman fundacional aunque otros aseguren que no lo es, el árbol centenario de Eucalipto de la misma plaza, los humedales, especialmente el Santa María del Lago, el Museo de Arte Contemporáneo ubicado en el barrio Minuto de Dios y el parque La Florida. La producción del programa *Bogotá Humana* consciente de ello, utiliza estos recursos desde la primera emisión, “con Otoniel que era nuestro presentador, se escogen esos lugares más representativos de la localidad que se mostraron, no solamente las calles rotas, llenas de comercio informal, sino también que la gente viera lo bonito que tenía en su localidad” revela Jimena Santamaría, así también los productores de esta pieza audiovisual reconocen las diferentes tendencias de consumo y culturales de la población por lo cual generan estrategias para captar la atención del público basados en ello.

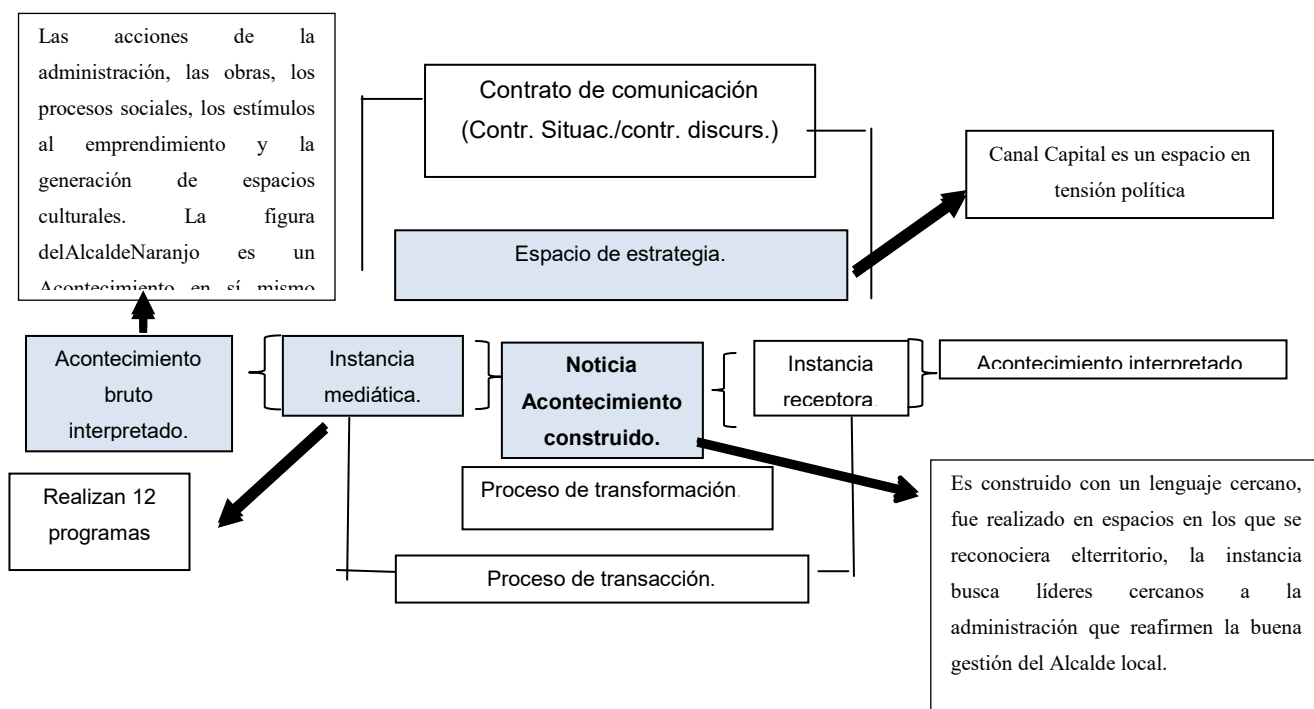
Ahora bien, es evidente la tensión existente entre la función de la televisión pública y la importancia de esta en el proceso de construcción de ciudadanía, al respecto el equipo de producción considera que durante el periodo de gobierno de Naranjo Plata como Alcalde Local y de Gustavo Petro como Alcalde Mayor, la función de la televisión pública, representada por el programa *Engativá Humana* de Canal Capital fue la de dar voz a los habitantes de Engativá presentando sus historias y sus puntos de vista, fue la de hacer un trabajo de empoderamiento de la comunidad respecto a su territorio, en mención a ello el periodista Otoniel Umaña asevera: “consistía en empoderar al ciudadano, darle la palabra para que pudiera expresar, que pudiera dar su opinión libremente de lo que allí ocurría”, posicionamiento que permite analizar una vez más que sí se dan las tensiones señaladas al inicio de este párrafo.

Por último, es relevante comentar que para todos los entrevistados, la identidad del habitante de Engativá es dispersa y difusa, ellos reconocen factores que determinan su posición: la migración de sus habitantes, el hecho de que la mayoría de los residentes de la localidad sean arrendatarios, la movilidad entre los barrios y el poco reconocimiento de las estructuras organizativas de la ciudad, en concordancia con ello el líder Jorge Sánchez afirma:

“no sé si la gente diga, ¡oh! me siento orgulloso, soy engativeño y tenemos el Jardín Botánico más bonito de América, o algo así, me siento orgulloso porque aquí tenemos tres humedales y hasta cuatro humedales, yo no he visto a alguien que diga una cosa así”

En consecuencia, de lo anterior se presenta en seguida el esquema que permite analizar el Pacto Comunicativo en la instancia receptora.

Gráfico 18. Relaciones Instancia mediática con acontecimiento construido y espacios de estrategia.



Fuente propia: adaptación de la Representación del Pacto Comunicativo de Charaudeau (2003)

Análisis de interpretación de la instancia receptora

Se logra establecer que todos los protagonistas de esta fase se vincularon al programa ya sea por ser líderes comunitarios, personajes destacados de los barrios o por tener vínculos con la administración local y que la mayoría de ellos vio el programa en el cual aparecieron en el momento preciso de la emisión de Canal Capital, lo que indica que hubo penetración entre quienes estuvieron involucrados y llama la atención que a pesar de ello lo vieron una vez más como antesala a la entrevista, únicamente uno de los líderes, el señor José Herrán no vio el programa cuando fue emitido por el canal; al revisar la penetración del audiovisual entre la comunidad en general, esta fue baja y le hizo falta continuidad para generar un impacto de mayor relevancia, "... tal vez sea muy atractivo

para la gente que está haciendo un trabajo comunitario, pero lo interesante es atrapar a los que no lo están haciendo o a esa gente que es aparentemente indiferente frente a los temas” comenta Jorge Sánchez coordinador del Observatorio Local.

En términos generales, los entrevistados consideran que el programa *Engativá Humana* es un espacio muy importante para ellos, pues permite mostrar la labor de los miembros de la Junta de Acción Comunal, “ojalá todo el mundo viera estos programas y lo que se hace en la junta comunal, ese “recorderis” que hace uno para que Engativá tenga una diferencia de lo que era en esa época a hoy día” refiere José Herrán uno de los líderes comunitarios, de manera similar permite realizar denuncias “que digan de ahora en adelante vamos a tener un espacio para que todos ustedes compartan las cosas buenas y las malas y puede que hayan cosas que no sean malas pero que se puedan mejorar, entonces estos espacios nos ayudan a eso” comenta Juan Carlos González Líder comunal, e incluso los entrevistados señalan que el programa ayuda para fines personales: “a mí me gustaría mucho que mi nieta que tiene cinco años mirara este programa y mirara su abuelito hablar acerca el barrio Minuto de Dios” señala Isidro Leal otro líder.

De la misma manera y aunque en menor medida, los entrevistados sintieron que el programa *Engativá Humana* es un espacio para que la administración o la entidades locales muestren su gestión, afirman que pudieron conocer la buena gestión del alcalde a través de la pantalla, por ello se consideran que el alcalde y las entidades gubernamentales son el hecho, “Me gustó este programa porque realmente era o fue, un programa en el cual uno pudo expresarse sobre el conocimiento que tuvo de su barrio y de su localidad” dice Isidro Leal, en ese orden de ideas, ninguno considera que se haya “roto el Pacto Comunicativo” del que habla Charaudeau (2003).

De otra parte es claro entonces, que para los actores de la instancia receptora, una de las características principales de la localidad de Engativá es que es un lugar en el que habitan varios artistas, de música, teatro y grafitis, quienes desarrollan actividades culturales en favor de la comunidad, al respecto Orlando Mora señala: “es una localidad pujante, es una localidad grande, muy especial donde se le da énfasis a la parte artística, a los muchachos grafiteros que siempre están haciendo sus obras de arte y que me parecen bonitas; todo es patrocinado por la alcaldía local”.

De modo semejante, los líderes comunitarios reconocen que los espacios icónicos que construyen la representación de identidad en su localidad son: La plaza fundacional y el árbol centenario de Eucalipto, la iglesia de la misma plaza, las casas coloniales aledañas a esta, de forma especial la Casa de la Policía, El barrio Minuto de Dios, el Museo de Arte Contemporáneo, el Monumento al Cristo desnudo, los humedales Santamaría del Lagoy Jaboque, el Parque La Florida, El Aeropuerto Internacional El Dorado, el Río Bogotá y el desaparecido Teatro Elvira.

Así mismo, cada uno de los entrevistados reconoce que hace parte de la localidad y se siente engativeño, consideran que este término está cargado de sentido, eso sí para cada uno de los actores la forma de ser engativeño o de asumirlo es diferente, así, por ejemplo:

“Yo quiero mucho a Engativá, aquí fue la tierra de mi padre y de mis abuelos, mi abuelo murió ahogado aquí siendo alcalde y yo me he hecho un líder, políticamente y en acciones cívicas, en todo yo he participado, en todos los programas que se han realizado a favor de Engativá” afirma Guillermo Samudio.

“Yo me siento engativeño, primero porque Engativá es una de las localidades que más artistas alberga en Bogotá y dos porque también es un pulmón de la ciudad, así como el Amazonas es para el mundo y tercero porque aquí nací, toda mi carrera artística se inició en esta localidad” dice Danny Valderrama.

“Yo creo que un engativeño es aquella persona que es unida cuando ve que al vecino le está pasando algo, que apoya la comunidad, que no es indiferente con los temas que nos duele de acá, entonces yo creo que eso es un verdadero engativeño” comenta Juan Carlos González.

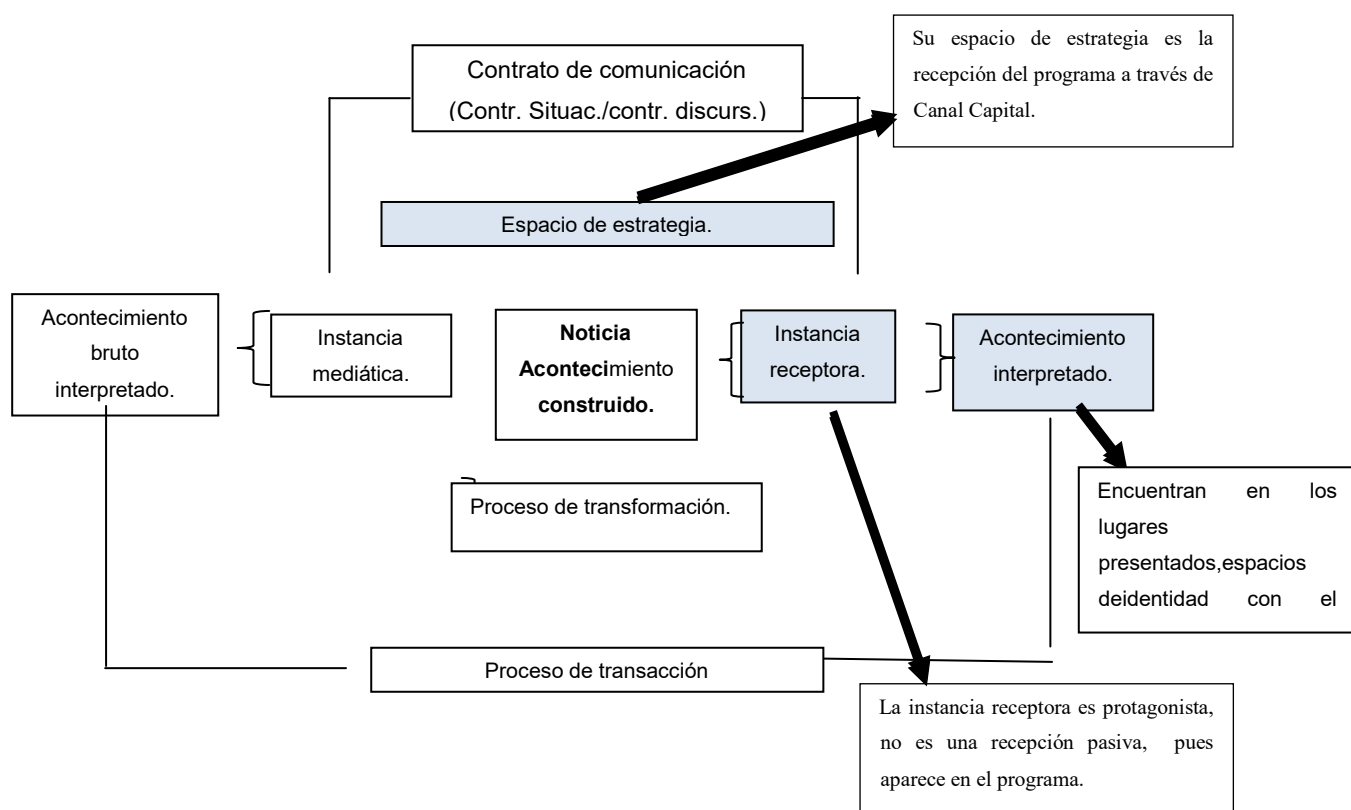
De ello, resulta necesario decir que los entrevistados conocen y reconocen la historia y el valor de la antigua población de Engativá, pese a lo que solo en la familia Samudio pervive la nostalgia del antiguo pueblo con sus costumbres como ser pescadores del Río Bogotá, lo cual aprovechaban también para hacer sus paseos de olla y para hacer de este un lugar de encuentro social de las señoras, así como también era costumbre tener amplios terrenos baldíos, cultivar papa, maíz y cebada principalmente dada la fertilidad del suelo. Mientras en las respuestas de otros líderes se analiza que el hecho de pasar de ser un municipio a ser una localidad de la capital colombiana, es solo una división política impuesta, lo que se evidencia en comentarios como: “No, no, no yo soy bogotano siempre, porque Engativá era un municipio de Cundinamarca y Ferias era un barrio del Distrito Especial de Bogotá” asegura Alberto Laverde, percepción que no impide que la mayoría de los personajes reconozca en Engativá un espacio propio pero como localidad ya no como municipio.

Los entrevistados son enfáticos en reconocer que el programa fue importante para ellos, pero que le faltó continuidad, que no se logró generar la costumbre de ver el programa *Engativá Humana* a través de Canal Capital, adicional a ello que no se abordaron temas trascendentales como la salud y la educación, de tal manera que:

No hay indicadores fiables de que la gente vio y ya tiene más identidad, pero creo que sí, es un aspecto positivo que digamos puede ayudar, por lo menos para el que salió ahí, se ve y dice... ¡mire estoy hay en televisión! le dirá a su familia, a sus amigos, a sus vecinos, será un motivo de orgullo, lo vi en Canal Capital, expresa Jorge Sánchez.

Con el propósito de seguir avanzando en este análisis, se presenta el esquema que representa la fase 4 planteada en la metodología a través del siguiente gráfico:

Gráfico 19. Relaciones Instancia receptora con acontecimiento construido y espacios de estrategia.



Fuente propia: adaptación de la Representación del Pacto Comunicativo de Charaudeau (2003).

Triangulación

Tras las entrevistas y su respectivo análisis, se procede a realizar la triangulación basándose en los mecanismos que ofrece el programa Atlas.ti 7, para visualizar los resultados que permitan definir las conclusiones de esta investigación. El sistema arroja un reporte de los códigos en cada una de las fases analizadas, que se expone a continuación y de la siguiente manera: En primera instancia se presentan las tablas con los datos de las fases 3 y 4 y posteriormente el respectivo análisis.

Tabla 16. Frecuencia de códigos en la fase 3 de la investigación.

Fase 3	Otoniel Umaña	Jorge Sánchez	Dayán Rodríguez	Jimena Santamaría	TOTAL
Acontecimiento bruto	0	0	0	1	1
Acontecimiento construido	6	1	0	5	12
Acto mediático	1	0	1	1	3
Agenda mediática	2	0	0	6	8
Antecedentes	3	2	0	3	8
Contenido audiovisual identitarios	0	1	1	2	4
Código de intercambio	0	0	2	0	2
Código de representación desde el medio	0	0	3	0	3
Credibilidad del actor	0	0	1	2	3
credibilidad del medio	1	0	1	1	3
Factor de no identificación	1	2	0	0	3
Circulación de la representación, formas	1	3	0	2	6
Gestor de representación	3	2	4	4	13
Hábitos y consumos culturales	1	2	0	2	5
Identidad como localidad	2	2	2	6	12
Identidad como municipio	1	1	0	1	3
Instancia mediática	0	0	1	2	3
Instancia receptora	0	0	1	2	3
Lugar de representación	3	5	3	2	13
Propósito de captación	4	2	7	5	18
Propósito de Información	1	0	0	0	1
Relación Canal Capital, televisión pública	2	2	2	2	8
Símbolos de representa-ción desde los actores	0	0	1	0	1
Tensión	1	1	0	1	3
Territorio	2	4	1	7	14
TOTAL	35	30	31	57	153

Fuente: propia

Tabla 17. Frecuencia de códigos en la fase 4 de la investigación.

Alberto	Juan	Orlando	Familia	José	Danny	Isidro	To-
----------------	-------------	----------------	----------------	-------------	--------------	---------------	------------

Fase 4	Laverde	Gonzales	Mora	Samudio	Herrán	Valderrama	Leal	tal
Acontecimiento bruto	1	1	1	2	1	1	0	7
Acontecimiento construido	1	0	0	0	0	0	0	1
Acontecimiento interpretado	0	0	1	0	0	0	0	1
Acto mediático	0	0	1	1	0	0	1	3
Agenda mediática	0	0	0	0	0	1	0	1
Antecedentes	1	0	1	6	2	0	1	11
Contenido audiovi- sual identitario	0	1	1	0	1	2	1	6
Código de identidad	0	1	0	3	0	0	0	4
Código de intercambio	0	0	0	2	0	1	0	3
Código de representación desde el medio	0	0	1	0	0	0	0	1
Credibilidad del actor	2	1	1	1	1	1	1	8
Credibilidad del medio	2	0	0	1	2	1	1	7
Datos externos	0	0	1	0	0	0	0	1
Factor de no identificación	1	1	0	1	3	0	1	7
Forma de circulación de la representación	0	1	0	1	2	4	3	11
Gestor de representación	0	1	1	4	1	1	0	8
Hábitos y consumos culturales	1	1	0	3	0	0	0	5
Identidad como localidad	3	3	5	2	2	4	3	22
Identidad como municipio	0	0	0	5	2	2	0	9
Inclusiones/ exclusiones	1	1	2	2	0	0	2	8
Instancia mediática	1	0	0	0	0	0	0	1

Lugar de representación	1	1	4	7	4	4	1	22
No credibilidad en el medio	0	0	0	1	0	0	0	1
Propósito de captación	1	0	4	0	0	2	0	7
Propósito de información	0	1	0	0	0	2	1	4
Relación con Canal Capital	1	0	0	0	0	0	0	1
Símbolode representación desde los actores	1	0	0	3	0	1	1	6
Tensión	0	0	1	2	0	0	1	4
Territorio	0	1	0	2	2	1	1	7
TOTALES:	18	15	25	49	23	28	19	177

Se analiza desde la instancia mediática, es decir desde las personas involucradas en la realización del programa, que los códigos más recurrentes son: en primer lugar, propósito de captación con 22 citas, para ellos es muy claro que el objetivo del programa es visualizar al alcalde local Naranjo Plata como el gestor de la administración, contando sus avances, logros y dando a conocer a la comunidad la agenda trabajada por los actores mediáticos. En segunda instancia aparecen los códigos de territorio, con 14 menciones, desde la instancia mediática se identifica al territorio con el espacio donde ocurre y transcurre el programa, el mismo acontecimiento bruto y posteriormente el acontecimiento construido.

En la fase 2 del análisis se identifica el principal objetivo que son los procesos de captación, lo que concuerda con lo encontrado en la fase 3, adicionalmente se establece que en el transcurrir de los doce programas el alcalde y su figura perdieron protagonismo, cediendo la voz a otros participantes que en este caso son la instancia receptora, Jorge Sánchez del Observatorio Local de Engativá explica que “el programa busca mostrar la gestión pero supera su objetivo y termina mostrando la localidad”, para la instancia receptora, el propósito de captación del programa, es decir el propuesto por ellos es un tema de baja importancia con una frecuencia de 7 citas.

Mientras, el territorio es para la instancia mediática el lugar para la construcción audiovisual, este mantuvo una paleta de color muy alegre, recurriendo a los colores azul, amarillo y blanco en tonalidades vivas, se hace énfasis en este tema pues es relevante en esta instancia, hubo 12 citas del código acontecimiento construido en gran medida por su conocimiento no obstante, este no es relevante para la instancia receptora que hace referencia en una sola ocasión. El territorio es

importante para la instancia receptora, pero desde el punto de vista del contexto que se categorizó como antecedentes, en donde los actores prestan especial atención, así se evidencia pues se encontraron 11 citas sobre este código.

El territorio cuenta con espacios cargados de significado, que fueron denominados lugares de representación para el análisis, entre ellos están la Plaza fundacional con su centenario árbol de Eucalipto, la iglesia, las casas coloniales, el barrio Minuto de Dios, el Museo de Arte Contemporáneo y los humedales principalmente, el Santamaría del Lago y el Jaboque, el Parque La Florida y el Río Bogotá, llama la atención que cada uno de estos escenarios también fue reconocido por la instancia mediática que realizó los programas en y desde estos lugares, pues es consciente de la carga simbólica que ellos tienen por lo que se requería lograr esa conexión de los televidentes con su territorio, es decir que los lugares de representación son casi los mismos para las dos instancias, aunque para unos son un espacio para la narración del programa y para los otros están cargados de historia propia y esto es significativo para ellos porque los conocen, los reconocen y se identifican con ellos, así que el código de territorio como un lugar de representación, es el más relevante en todas las fases con 22 citas.

En cuanto a las personas entrevistadas, ellas fueron seleccionadas ya sea por tener algún vínculo con la alcaldía local: ser agentes, proveedores y/o referentes sociales detectados por la administración o por ser líderes o personajes destacados de los barrios, así que no hubo convocatoria abierta sino que se trabajó con personal previamente seleccionado, estos protagonistas contaron los antecedentes que consideraron necesarios y lograron hablar de su territorio, sus problemáticas y los logros alcanzados, lo hicieron de forma espontánea, lo que certeramente fue permitido y avalado por la instancia mediática, de otra parte el Canal Capital al tener intereses marcados pues hace parte de la administración distrital respondía a la captación sobre la gestión de Gustavo Petro, el Alcalde Mayor de la época, a través de sus propagandas, su música, sus actividades y sus programas.

En la construcción del acontecimiento, la producción de *Engativá Humana* utilizó la palabra engativeño como una estrategia de cercanía a los actores e incluso el presentador del programa Otoniel Umaña afirma que esta es una palabra “carente de significado”, pese a ello esta fue usada en aras de generar una empatía con el público y con los mismos actores, teniendo en cuenta hábilmente lo que es la historia y la tradición de Engativá, en contraposición a ello para los actores engativeño sí es una palabra determinante en su identidad, pues les genera sentimientos de empatía, de cercanía, también es importante señalar que con el paso del tiempo el término ha sido resinificado ya no como el nativo del municipio de Engativá, sino como el habitante permanente, comprometido y orgulloso que vive y siente en su propia historia la localidad.

Los líderes y personajes destacados entrevistados reconocen en Engativá una localidad, un territorio rico en historia desde la preconquista, la conquista y la colonia española y en épocas más recientes como un municipio cundinamarqués de tradiciones campesinas, que se gestó mediante la conformación y autoconstrucción de los barrios, de su anexión al Distrito Capital y de la presencia actual y activa de diferentes colectivos culturales que allí existen y se pronuncian con bastante frecuencia, en referencia a este último aspecto los entrevistados reconocen la gran riqueza cultural que tiene Engativá y que ha transformado la identidad de un municipio pobre a una localidad con una amplia riqueza artística, según se evidencia en los testimonios de Jimena Santamaría y Danny Valderrama quienes construyen a través de su discurso la imagen de la nueva Engativá, una localidad activa que está dejando atrás el municipio marginado.

Frente a lo anterior, se determinan dos categorías presentes en las narraciones de las instancias: mediática y de recepción, estas son la categoría identidad con la localidad y la identidad con el municipio, se analiza que el código identidad con la localidad tiene 22 apariciones en la instancia receptora, lo cual es de fundamental importancia, es decir que los entrevistados generan una identidad con la localidad, con el territorio completo de Engativá y poco menos con el antiguo municipio, desde la instancia mediática la identidad con la localidad también es resaltada ya que presenta una recurrencia de 12 citas.

Durante el desarrollo del programa se busca establecer las características propias del engativeño, las cuales no están bien definidas, no obstante algunas encontradas en el programa son “el engativeño es cordial, amable, talentoso”, en el análisis se descubrió que estas hacen parte de una estrategia mediática tanto del programa *Engativá Humana* como del Canal Capital, que le apuestan a la búsqueda de credibilidad, mientras que los nuevos engativeños las median de otra manera, pues si bien no existen características singulares que identifiquen a los residentes de Engativá como el acento, las costumbres, o la forma de vestir, cada uno de los entrevistados reconoce que hace parte de la localidad y que se siente engativeño, lo que les ha permitido apropiarse de la palabra que para ellos sí está cargada de mucho sentido.

Por su parte en relación con la fase 4, la mayoría de los participantes vieron el programa televisivo al momento de emisión, hecho que indica que hubo penetración del producto audiovisual entre quienes estuvieron involucrados, con referencia a ello vale la pena destacar una observación hecha por Jorge Sánchez, coordinador del Observatorio Local de Engativá quien señala que es importante que no solo lo vean los líderes comunales involucrados sino que es necesario lograr una audiencia más amplia, es decir generar una penetración en otros sectores de la población, de donde se desprende que *Engativá Humana* sigue siendo de gran importancia para los entrevistados a pesar de la llegada y permanencia de otros medios, los entrevistados reconocen al programa por sus contenidos a

la vez que aportan ideas para el desarrollo de otras temáticas importantes para los lugareños, pues sienten que hizo falta abordar en esta temporada la salud, la educación, la inseguridad y reclaman la continuidad del programa a través del Canal Capital.

Respecto a la fase 3 de la instancia mediática, se observa la tensión existente dada la labor que desarrolla la televisión pública desde una mirada progresista propia de un gobierno de izquierda como la existente al momento de la investigación y no hacia ideas neoliberales como las del gobierno del periodo siguiente. De hecho al momento de hacer este ejercicio investigativo, el Canal Capital tenía una perspectiva de Derechos Humanos con temáticas diversas y que tras el cambio de gobierno distrital respondió más a un sistema informativo, por lo que es natural que haya resistencia y tensión entre los funcionarios quienes desean seguir trabajando con la visión de la administración anterior, sin embargo los funcionarios fueron removidos de sus cargos al comenzar el gobierno de Enrique Peñalosa el posterior Alcalde Mayor de Bogotá, no obstante el código tensiones no es muy recurrente en este análisis, pues tan solo se le hacen cinco menciones en la instancia mediática y cuatro en la instancia receptora respectivamente, lo que lleva a analizar que su importancia no es alta.

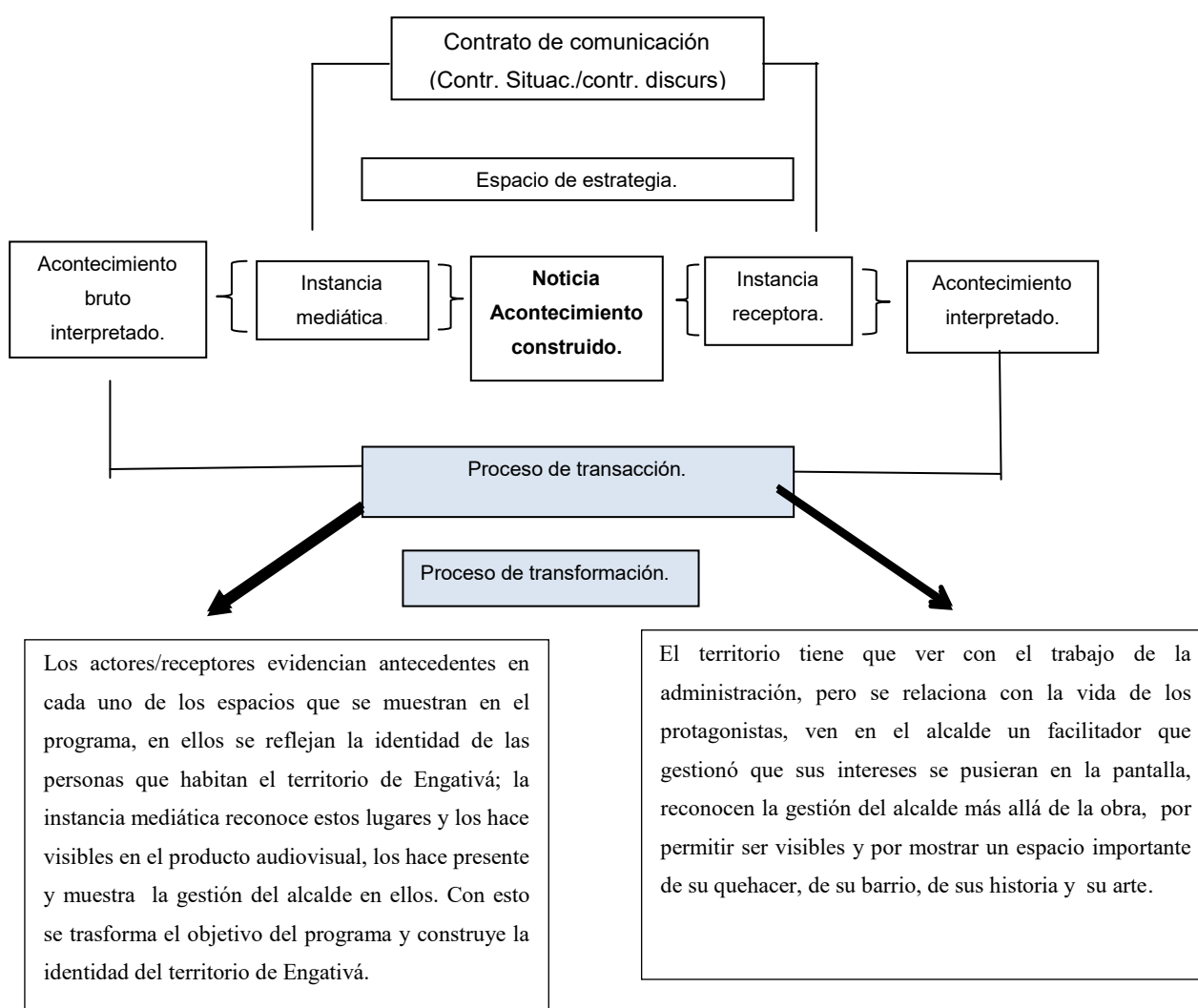
Otro factor importante en este proceso, fue la diferencia entre la enunciación explícita de la instancia mediática frente a temas como problemas de inseguridad, comercio informal, pobreza y estigmatización presentes en algunas zonas de la localidad de Engativá y que fue minimizada en el discurso de la instancia receptora. De otra parte, la identidad del engativense se ha perdido en comparación a épocas anteriores, hoy por hoy está dispersa y difusa; la instancia receptora identifica factores que determinan esta situación, el poco reconocimiento de la estructura organizativa de la ciudad y la migración interna o movilidad entre barrios que se da con alguna frecuencia.

Desde la perspectiva de los actores, se considera que *Engativá Humana* es un espacio muy importante para ellos como ciudadanos, porque les permite mostrar lo que saben, desarrollan y viven en sus comunidades y en menor medida mostrar lo que hace la administración local, se sienten identificados y nadie considera que se haya roto el Pacto Comunicativo, en cuanto a lo que se transmitió o lo que se quería decir, los entrevistados valoran el hecho de ver sus apreciaciones tal cual las dijeron sin que haya habido un proceso de edición de las mismas, pero afirman enfáticamente que sí hizo falta más tiempo en casi todos los casos para contar aún más historias de la gente, de donde se analiza que para los actores esta es la forma de consumo o la manera en que circuló el mensaje, esto corresponde justamente al código: forma de circulación que tiene una recurrencia de 11 citas, lo cual indica que aunque no se cumplió el pacto de mostrar la gestión del alcalde local y/o de sus dependencias, para la instancia receptora si se cumplió el propósito de presentar a la localidad en voz propia de sus residentes y reconocer a través del programa su territorio y los símbolos que los identifican.

De la misma manera, se hace necesario retomar una instancia gubernamental interesante, el Observatorio Local de Engativá, Jorge Sánchez era su coordinador al momento en que se generó esta investigación, quien afirma tanto en el programa como en la entrevista que *Engativá Humana*, es un espacio importante, que se convierte en un elemento de identificación para la localidad, es decir que es un gestor de representación para este territorio y que es “un repositorio al cual los habitantes acuden en busca de la historia de Engativá”; llama la atención que este aspecto no esté presente en ninguno de los testimonios de los líderes comunales ni de los representantes e incluso de la instancia mediática.

Para finalizar el análisis de la información, se expone el siguiente gráfico que contempla las relaciones existentes entre la transacción y la transformación.

Gráfico 20. Relaciones: Proceso de transacción y de transformación



Fuente propia: adaptación de la Representación del pacto comunicativo de Charaudeau (2003)

Conclusiones

Luego de analizar los resultados y realizar las triangulaciones de cada fase y en concordancia con los objetivos, la pregunta generadora y la hipótesis planteada para esta investigación, se presentan las conclusiones a las que se llega tras este ejercicio investigativo, se hace de forma escalonada y teniendo presente los ejes principales de la misma.

Frente a la construcción de la representación de identidad y territorio desde los habitantes.

Engativá es una localidad que sí genera identidad entre sus habitantes, la cual está representada en dos aspectos fundamentales: en primera instancia la que se da con el antiguo municipio, es decir aquella que se relaciona con lo ocurrido en este territorio de tradición rural antes de 1954, anterior a su anexación al Distrito, a esta se inscriben los adultos y de manera especial los adultos mayores quienes la referencian en aspectos como la historia, las costumbres y los lugares que se han convertido en símbolo y la segunda que corresponde a la generada por el contexto actual, es decir el que surge después de que se le reconoce como la localidad décima de Bogotá, con sus propias dinámicas urbanas que son representadas por los más jóvenes quienes se identifican y sienten con la Engativá artística y comprometida con la preservación el medio ambiente local.

Cada uno de los tipos de identidad mencionados anteriormente, relacionó sus propios elementos, así por ejemplo, la que se da con el antiguo municipio vuelca su mirada hacia el asentamiento indígena de hace muchos años, que trae consigo un cúmulo de costumbres y tradiciones como las visitas al Río, el oficio de pescar en él y obtener de este el agua para los quehaceres diarios, mientras la identidad relacionada con Engativá como una localidad anexada al Distrito Capital conlleva la identificación de otros escenarios como el Parque de La Florida, El Jardín Botánico y los humedales que a su vez comienzan a generar la que se podría llamar identidad medioambientalista; el Museo de Arte Contemporáneo y las actividades de los jóvenes de grafitis, teatro y danza también revelan elementos identitarios.

En ambos casos los habitantes representan su identidad no con el objeto o el lugar, el humedal, el río, el árbol, la avenida entre otros, que se muestran en el programa, sino que cada espacio traduce para los habitantes un vínculo con su vida, es decir que el programa *Engativá Humana* como pieza comunicativa permite que los habitantes de la localidad lo empleen para dar a conocer sus historias, sus necesidades y sus intereses enmarcados en el territorio que conocen, que los identifica y los representa, en donde es preciso recordar a Llanos-Hernández que planteaba que el territorio “va a contener las prácticas sociales y los sentidos simbólicos que los seres humanos desarrollan en la

sociedad en su íntima relación con la naturaleza, algunas de las cuales cambian de manera fugaz, pero otras se conservan adheridas en el tiempo y el espacio de una sociedad” (2015, p.207).

De la misma forma, se llegó a la conclusión que el término engativeño pensado como una palabra que hace referencia al nacido en Engativá, tiene una gran carga identitaria para los habitantes de esta localidad, pues la mayoría de los entrevistados lo conoce, lo asume y se lo apropia, incluso antes de reconocerse como bogotanos, ellos sienten orgullo y pertenencia al sostener que son engativeños, aunque no todos hayan nacido en este lugar, pero argumentan que sí lo son, no por nacimiento sino por permanencia y pertenencia, además, se generó una articulación entre el término engativeño y quien participó en alguno de los doce programas de la temporada de *Engativá Humana*, es decir, se infiere una máxima implícita en los entrevistados: aquel que participó en el programa lo hizo porque es engativeño y quien es engativeño, “es quien cree serlo” como lo afirma Jorge Sánchez del Observatorio Local.

Al igual, se reveló que existe una marcada identidad con el barrio, como territorio físico, en concordancia a lo expuesto por Jesús Martín-Barbero: “hay otra dimensión fundamental de lo popular que en el barrio revela su densidad cultural y social: los procesos de reconocimiento como “lugar de construcción de las identidades” (1998, p.217), lo cual se evidencia en las narraciones del proceso de construcción, crecimiento y desarrollo de barrios como el Minuto de Dios, las Ferias, Tabora y Santa Helenita principalmente, que fueron contruidos por autogestión económica y de estructura, lo cual generó vínculos muy fuertes de pertenencia y cohesión social, de hecho, aún viven varios de los propietarios que protagonizaron estos procesos, un ejemplo de ello es Alberto Laverde, quien los describe con orgullo.

Generación de representaciones por parte de *Engativá Humana* con su audiencia.

Siguiendo a Charaudeau (2003), se determinó que el propósito de captación fue el principal objetivo desde la instancia mediática, evidenciado en los datos que arrojó el análisis de las entrevistas en la fase 3 de esta investigación no obstante, el tema del propósito informativo es también muy importante, pues allí se presentaban datos y hechos de interés para la comunidad, principio básico de la función informativa de los medios de comunicación, lo que se evidencia principalmente en los primeros capítulos de la temporada de *Engativá Humana* y en aquellos dedicados a los jóvenes, en comparación a la fase 4.

La presencia protagonista de los actores, que en este caso son los siete líderes comunales y/o personajes destacados de los barrios, dio un giro a la construcción de representaciones propuesta por la instancia mediática, cuyo objetivo era promover al alcalde local y visualizar su gestión y la de sus colaboradores como ya se había mencionado, puesto que los actores no lo identificaron como tal, más bien centraron su atención e interés en su propia aparición en el programa de televisión, con lo que se

pudo analizar que la presencia del alcalde local pasó a un segundo plano, es decir dejó de ser protagonista para convertirse en el promotor de espacios de participación y visualización ciudadana, aunque no fuera este el propósito inicial de la instancia mediática, lo que permite determinar que no se cumplió el pacto comunicativo propuesto inicialmente, pero esto no es negativo, solo que posiciona a la administración local y al alcalde Naranjo Plata como un gestor de participación social.

El programa de televisión *Engativá Humana* logró construir y reconstruir la identidad de los engativenses representados en los líderes comunales y en los personajes destacados entrevistados, la misma que se da entre ellos y su territorio, ya que hábilmente supo convertir los espacios emblemáticos de la localidad, que están cargados de significación para los actores, en escenarios, a la hora de realizar el programa televisivo, espacios que al ser visualizados por los líderes les hace evocar su propia historia, con lo que atiende al llamado que hacen Rincón y Estrella, de hacer de la televisión pública: “un lugar de encuentro social, útil para las audiencias, posibilitadora de nuevas estéticas y sensibilidades y espejo de los rostros y códigos de cercanía” (2001, p.22)

El formato Magazin del programa *Engativá Humana* fue ideal para la construcción de la diversidad de interés, miradas e identidades de los habitantes de Engativá, en su continuidad se presentaron diversas secciones para un público también variado; al ser indagados los entrevistados o actores de la instancia receptora, cada uno puso especial interés en algo particular del territorio y también hubo puntos comunes de identidad. Para Hall “Las identidades nunca se unifican y, en los tiempos de la modernidad tardía, están cada vez más fragmentadas y fracturadas; nunca son singulares, sino construidas de múltiples maneras a través de discursos, prácticas y posiciones diferentes, a menudo cruzados y antagónicos” (1996, p.17). tan antagónicas como la juventud y la adultez, el pasado y el presente.

Cómo se establece el Pacto Comunicativo:

El programa *Engativá Humana* convirtió al territorio de la localidad décima de Bogotá en su espacio de estrategia en el que se desarrolló, no una noticia o acontecimiento, sino toda una temporada de doce programas consecutivos este tuvo relevancia para los entrevistados por dos razones: fue emitido a través de un medio de comunicación público y regional como Canal Capital y se hizo través de la televisión que es un medio cercano y de fácil acceso a la población, siendo conscientes de ello fue acertada la decisión de la administración local de crear un espacio televisivo para generar el acontecimiento mediático y transformar los hechos brutos en hechos contruidos según las premisas expuestas por Charaudeau (2003).

De la misma manera, se pudo establecer que el programa *Engativá Humana* pretendía ser un espacio para la construcción de capital político para el alcalde local Mauricio Naranjo Plata, siguiendo la línea que propone López de la Roche (2001), la cual implica ser un personaje altamente mediático por medio de la videopolítica en búsqueda de ir abonando terreno para posibles y futuras elecciones, aunque la instancia mediática no consiguió su objetivo de promover al alcalde y sus obras, sí alcanzó el reconocimiento del funcionario como alguien cercano a la gente, logro que llama la atención positivamente pues cumple con los propósitos para los que fueron creados los canales regionales y públicos de fomentar la participación, la identidad y la cultura de cada territorio.

Charaudeau(2003), plantea la relación de los actores que se ven envueltos en la situación comunicativa como una relación de poder pero no de sumisión, es decir que ninguno de los actores realiza el Pacto Comunicativo sin saber a la situación a la que se va a enfrentar, en este caso un programa televisivo que aborda la temática de Engativá, desde la perspectiva política de la administración local, y que trae toda su carga representativa y contextual previa para ponerla al momento de realizarlo, lo que Charaudeau llama el momento de transacción, es allí, donde los líderes y personajes entrevistados asumen el hecho construido como su espacio en el que pudieron ver su identidad, sus lugares de representación y su territorio por encima de la búsqueda de persuasión frente a las actividades, obras y acciones de la administración del alcalde Naranjo Plata.

Frente a la Hipótesis

La hipótesis planteada afirma: Una producción audiovisual televisiva como *Engativá Humana* emitida por Canal Capital construye identidad en los habitantes mediante el reconocimiento de su territorio, de sus símbolos, de su historia y de sus costumbres, al respecto se puede concluir que el proyecto planteado por la Alcaldía Local de Engativá, generó un interés en la población de la localidad de Engativá, logrando exacerbar su identidad y construir esa representación. Lo hace al retratar los lugares de representación a los cuales los actores los traducen desde su mira y sus representaciones previas y comunes para los habitantes de Engativá; Cebrelli y Arancibia afirman que “una representación funciona como un mecanismo traductor en tanto posee una facilidad notable para archivar y hacer circular con fluidez conceptos complejos” (2005, p.94). El éxito es moderado pues si bien para la muestra el planteamiento hipotético es positivo, el nivel de penetración en la población en general es bajo, solo se realizaron doce programas sin embargo, se comprueba el éxito que la televisión tiene para la circulación y creación de representaciones sociales.

De hecho, El “éxito” de los medios al generar representaciones sociales ha sido demostrado y analizado en múltiples ocasiones, en especial en los productos audiovisuales como el cine, la televisión y el video, demostrando su efectividad como aparatos de transmisión ideológica y

representativa. Para terminar, es importante señalar de forma conclusiva que en respuesta a la hipótesis planteada inicialmente se establece que Canal Capital a través de su programa *Engativá Humana* sí logra construir un proceso de representación de identidad en los habitantes de esta localidad, lo anterior gracias a un proceso de investigación que apoyó la construcción audiovisual y en el cual se identificaron lugares cargados de representación los mismos que sirvieron de escenario para que los actores pudieran presentar libremente sus historias, costumbres y formas de ser y estar en su territorio.

Referencias

- Alcaldías Locales. (s,f). Universidad Francisco José de Caldas, Bogotá Colombia, retomado de:
<https://www1.udistrital.edu.co/universidad/colombia/bogota/localidades/>
- ATLAS.ti 7. (2014). Guía Rápida. Retomado de: https://atlasti.com/wp-content/uploads/2014/06/QuickTour_a7_es_02.pdf
- Capel, H. (2016). Las ciencias sociales y el estudio del territorio. Universidad de Barcelona. Vol XXI, núm. 1.149. Barcelona –España.
- Canclini, N. G. (2014). www.pedrogoyene.edu.ar. Recuperado de:
<http://pedrogoyena.edu.ar/consumidoresyciud.pdf>
- Cebreli, A., & Arancibia, V. (s.f.). *Discurso y las representaciones; Sobre héroe, fútbol y otras iconografías pasionales*. Salta: UNS.
- Charaudeau, P. (2003). *El discurso de la Información*. Barcelona: Gedisa.
- Comba, T. (2003). *Tecnologías de comunicación e ideología*. Rosario: UNR.
- CNTV. (1998). *Televisión comunitaria, una opción educadora*. Bogotá: Olimpia Ltda
- Constitución Política de Colombia. (1991)
- Crawford, L., & Flórez, P. (2002). Dinámicas Socioculturales de la televisión comunitaria en Colombia o el tránsito de la identidad al reconocimiento. *Investigación y desarrollo*.
- Departamento Nacional de Estadística, DANE. (2007)
- Departamento Nacional de Estadística, DANE. (2018)
- Diócesis de Engativá, en conexión con la comunidad. (2015). Retomado de:
<https://diocesisdeengativa.org/quienes-somos/quienes-somos/referente-territorial-y-social/>
- Duarte, G. (2010). *La participación infantil para la construcción de identidad a través de la realización de televisión comunitaria*. XIV Jornadas de nacionales de investigación en comunicación, Quilmes, 2010
- Duarte, M. (s,f). Migración, televisión e identidad: Modos de ver transnacionales en/desde Colombia.
- Durkheim, E. (1982). *Las formas elementales de vida religiosa*. Madrid: Akal, editor.
- Durkheim, E. (2002). Las representaciones colectivas como nociones-tipos en las que participan los individuos. *Taller Interactivo: Prácticas y Representaciones* (págs. 442- 449). Lima: Editorial Schapire.

- Fernández, N. (2013). PROGRAMACIÓN TELEVISIVA, PROCESOS SOCIOCULTURALES E IDENTIDAD. *Congreso de movimientos sociales y Tic* (págs. 265 - 280). Madrid: Congreso de movimientos sociales y Tic.
- García, N. (1995). Consumidores y ciudadanos, conflictos multiculturales de la globalización. Grijalbo. México, D.F., México.
- García, N. (2014). *pedrogoyene.edu.ar*. Retomado de: www.pedrogoyene.edu.ar
- García, D. (2012). Breve historia de la regional en Colombia. *Memorias Alaic* (págs. 64-72). Montevideo: Alaic.
- García, D. (2015). El modelo de televisión regional en Colombia: canales públicos bajo los parámetros del mercado. *Signo y pensamiento*.
- García, P. (2012). Televisión en Colombia: Surgimiento de los Canales regionales. *Revista Luciérnaga*.
- García, D., y Carlos M. (2016). Breve historia de la televisión regional en Colombia.
- Gosende, E., & Martinelli, G. (2009). *Métodos de investigación y estadística descriptiva*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes.
- Gumucio, A. (2002). Arte de equilibristas: la sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios. *Punto cero*.
- Hall, S. (1996). En S. Hall, & P. Du Gay, *Cuestiones de identidad* (págs. 14-39). Buenos Aires: Amorrortu.
- Hernández-Sampieri, Fernández C., y Baptista P., (2014). Metodología de la Investigación. Mac Graw Hill. México D.F., México.
- Jodelet, D. (1999). La representación social: fenómeno, concepto y teoría. En S.
- Llanos-Hernández. (2015). El concepto del territorio y la investigación en las ciencias sociales. Autónoma Chapingo. Chapingo Estado de México.
- Localidad de Engativá. (2019). Subdirección de Información Sectorial Subsecretaría de Plan. Retomado de: <https://habitatencifras.habitatbogota.gov.co/documentos/boletines/Localidades/Engativa.pdf>
- López de la Roche, F. (2001). Ciudadanía cultural y comunicativa en contextos de globalización, desregulación, multiculturalismo y mas mediatización: el caso colombiano. En Clacso, *Estudios Latinoamericanos sobre cultura y transformaciones sociales en tiempos de globalización 2*. Buenos Aires: CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.

- Martin-Barbero, J. (1992). *Televisión y melodrama, Géneros y lecturas de la televisión en Colombia. Tercer mundo.*
- Martin Barbero, J. (2001). *Televisión Pública, Televisión cultural: entre la renovación y la invención.* En C. A. Bello, *Televisión Pública: del consumidor al ciudadano.* Bogotá: Fes/ Promefes.
- Martin-Barbero, J. (2003). *La Educación desde la Comunicación.* Bogotá D.C. Norma.
- Materán, A. (2008). Las representaciones sociales: un referente teórico para la investigación educativa. *Geoenseñanza.*
- Moscovici, S. (1961). *El psicoanálisis, su imagen y su público.* Buenos Aires: Huemul.
- Nieto, C. (2007). Comunicación alternativa para la movilización ciudadana, un parque: mil voces. *FISEC.*
- Normas APA para trabajos escritos. Retomado de: <https://www.colconectada.com/normas-apa/>
- Novomisky, S. (2010). Televisión, identidad y región: el caso de Canal 10 de Mar del Plata. *Anclajes, Observatorio Local de Engativá.* (15 de enero de 2016). *Observatorio Local de Engativa.* Obtenido de <http://www.observatoriolocaldeengativa.info/index.php/historia#Encomiendas>
- Ossa Swears, C. (01 de Septiembre de 2009). *Insubordinación Televisiva.* Obtenido de Señar y reseñas: <http://www.centroestudiosvisuales.cl>
- Pereira, J. M. (2008). Comunicación y ciudadanía, apuntes para comprender las radios y las televisiones comunitarias en Colombia. *Signo y pensamiento.*
- Reguillo, R. (1995). *En la Calle otra vez.* Guadalajara: Itesco.
- Reguillo, R. (2002). *El otro antropológico. Poder y representación en una contemporaneidad sobresaltada.* Mexica: Itesto.
- Reguillo, R. (2007). Formas del saber Narrativas y poderes diferenciales en el paisaje neoliberal. En A. Grirson, *Cultura y neoliberalismo* (págs. 91-120). México: ITESCO.
- Rincón, O., & Estrella, M. (2001). *Televisión: Pantalla e identidad.* Quito: El conejo.
- Romero, J. L. (2001). *Latinoamerica, las ciudades y las ideas.* Buenos Aires: Siglo XXI.
- Ruano, S., & Millán, T. (2000). *Los canales temáticos, una alternativa a la programación de la televisión generalista. la televisión que queremos.*
- Sánchez, F. (2013). Retos de la Televisión Pública en Colombia: la implementación de la TCT en los canales regionales. *V congreso Internacional latina de comunicación social.* Canarias: Universidad de la Laguna. ,

- Silva, A. (2015). Imaginarios urbanos: ¿Cómo percibimos las ciudades? Retomado de: <https://imaginariosyrepresentaciones.files.wordpress.com/2015/05/silva-armando-imaginarios-urbanos.pdf>
- Turner, V. (1999). *La Selva de lossímbolos*. México: Siglo veintiuno editores.
- Valderrama, C. (2009). La investigación en medios de comunicación en Colombia. Nómadas.
- Vizcaíno, M. (2004). La legislación de la televisión en Colombia.