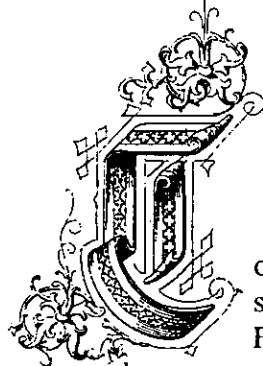


Telebogotá

¿La diferencia esperada?

DORIS RENIS CABALLERO *



onstituye para la Universidad Javeriana motivo de satisfacción haber sido invitada, a través de su Facultad de Comunicación Social, a compartir algunas ideas en tan importante foro que tiene por objeto dedicar unas horas de reflexión a un tema tan sensible en la vida de este sector del país como es el de la CREACION DE UN CANAL REGIONAL DE TELEVISION PARA BOGOTA y sus zonas aledañas.

Consideramos acertada la decisión del Honorable Concejo de Santafé de Bogotá, en especial de su Primer Vicepresidente, Doctor Fernando Tamayo, y de todos los organizadores, convocar a un debate con la participación de los sectores vinculados al medio de la televisión y comprometidos en el propósito de realizarla con responsabilidad social. Porque, bien sabemos, que la sociedad cuenta con tres grandes instrumentos que pueden incitar a la televisión a desempeñarse con ese tipo de reponsabilidad: el gobierno, la televisión misma, con todos sus agentes, y el público en general.

Si nos preguntamos cuál de ellos tiene el compromiso de promover el cambio, la respuesta, más que eviedente, es que lo comparten.

Por eso, la apertura de un canal regional de televisión implica la consideración de una serie de factores muy complejos que tienen que ver con percepciones sociales; diversidad de interpretaciones; comprensiones jurídicas, técnicas y éticas; sensibilidad comunitaria frente a determinados temas de la programación y sus tratamientos, papel que se espera tanto del Estado como de los futuros programadores y del público frente a la responsabilidad social y a la libertad de expresión, ingredientes esenciales para la fundación de medios ma-

* Abogada, Comunicadora Social y Magister en Ciencias Políticas: U. Javeriana. Investigadora y Consultora. Asistente Decanatura Académica. Facultad de Comunicación Social, U. Javeriana. Presidente de la Asociación de Comunicadores Javerianos.



sivos de comunicación, como lo señala el artículo 20 de nuestra Constitución.

Haciendo alusión al plano económico, también es interesante tener en cuenta que todos los medios de comunicación de masas como los periódicos, los libros, la radio, el cine, la televisión, los discos, las cintas, etc., son mercancías muy particulares producidas por diversas industrias que conforman, en su conjunto, la industria de la comunicación, dentro de la cual la televisión es un sector que ha alcanzado hoy una importancia fundamental en el desarrollo de la sociedad moderna.

Los antecedentes que acabo de enunciar nos indican que el proceso de la creación de un canal regional de televisión es complejo. Analicémoslo más concretamente, desde sus diferentes ángulos, haciendo algunas consideraciones que merecen ser tenidas en cuenta, si se pretende que Telebogotá (o Telecentro) constituya la diferencia esperada por los televidentes.

Aspecto jurídico

En nuestro mercado comunicacional la facultad para fundar medios electrónicos, que es el caso que nos ocupa, está sometida a la disponibilidad de canales y frecuencias cuya propiedad conserva el Estado, y a las regulaciones que en la materia se establezcan, por lo general referentes a su funcionamiento; mas no así a su programación que ha quedado libre, excepto la de los canales nacionales y regionales de televisión que poseen regímenes propios de contratación.

Pero tomemos, por ahora, como marco de referencia, los canales regionales. El gerente de Telecaribe, Jaime Abello Banfi, precisaba en el Debate Nacional sobre Televisión y Responsabilidad Social, que tales canales se rigen por un esquema mixto. Ostentan la condición jurídica de programadores

de su cadena, la cual corresponde en los canales nacionales, a los concesionarios de espacios. Esto implica que los canales regionales programan y comercializan directamente y también pueden contratar con particulares la realización o suministro de programas, en las modalidades de producción, coproducción y cesión de derechos de emisión, confiriéndoles el derecho de comercializar a cambio de una tarifa de compensación.

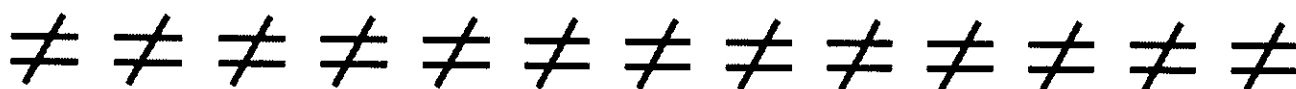
Para el gerente de Telecaribe esta sutileza jurídica entraña mayores grados de libertad y también de responsabilidad a los canales regionales, en la orientación y control de la programación propia y contratada, cuya misión primordial siempre ha sido **socio-cultural**.

Con el objeto de delimitar fronteras vale la pena señalar que el proyecto sobre la Ley de Televisión, que se tramita actualmente en el Congreso de la República, y cuya orientación es en esencia descentralizadora, debe entrar a precisar qué se entiende por televisión local diferenciándola de la comunitaria para, posteriormente, ocuparse de su reglamentación, por cuanto este tipo de televisión demanda un tratamiento especial, como se señaló en el Debate Nacional sobre «La Nueva Ley de Televisión», celebrado en la Universidad Javeriana el pasado 13 de octubre.

Aspecto comercial

Es una realidad que la televisión nos coloca en posición de compradores-vendedores, incluso cuando contemplamos un programa. Esto quiere decir que compramos una clase especialísima de mercancía, puede tratarse de una película, de una telenovela, de una noticia, etc., y **nuestra moneda de cambio es la atención**; de modo que cuanto más atención dedicamos a las mercancías, mayor valor adquieren éstas.





El valor de tales productos puede medirse y definirse de diversas maneras, pero se los evalúa, aunque sea con dudosos resultados, mediante las prospecciones de mercado de acuerdo con el índice de espectadores y el panel de preferencias. Un programa, por ejemplo, que haya conseguido gran número de espectadores y que haya sido acogido con entusiasmo por la inmensa mayoría del público, adquiere un muy alto valor de cambio. Puede venderse entonces a otras cadenas televisivas a precios muy elevados o convertirse en el inicio de los ciclos, es decir, de emisiones iguales o semejantes a la inicial, o bien ser transformado en telenovela, obra de teatro, etc. Por último, puede dar paso a la producción y venta de objetos que recuerden directamente aquella emisión al público, así como revistas, diarios, cromos o «figuritas», para coleccionar, etc. Por esta razón, un canal regional debe mantener siempre en primer plano, el panel de preferencias en que estén particularmente interesados aquellos que lleven a cabo publicidad a través de este medio de televisión.

La conversión en mercancías de los bienes destinados a satisfacer las necesidades; la transformación en mercado de las casas de los bogotanos y de su tiempo libre; la conquista de su atención como factor determinante del éxito y de la comercialización de aquellos productos, o de algunos de ellos, se dará en tanto se tenga en cuenta el panel de preferencias de los bogotanos que, según investigación adelantada por el Centro Nacional de Consultoría Ltda. para Telecentro, demuestra en los programas de humor y los noticieros los más altos porcentajes de respuestas positivas, (92%) en tanto que las telenovelas nacionales y extranjeras aparecen con el más bajo porcentaje de respuestas positivas (45%).

A propósito de este aspecto, tengamos en cuenta, sin embargo, que actualmente nuestra venta de atención se halla limitada por el tipo de objetos que

se ofrecen en el mercado. En la televisión podemos cambiar nuestra atención sólo por mercancías limitadas en número y, ante todo, de calidad pareja, pues carecemos de la posibilidad de controlar la producción, la distribución y, en definitiva, no estamos en condiciones de expresar nuestras auténticas necesidades. Ocurre que se ignora la existencia misma de otros productos y que no se tiene siquiera conciencia de que la televisión podría ser totalmente distinta de como es y más atenta a nuestras exigencias. La transformación en mercancías de los bienes intelectuales y el monopolio establecido de hecho en la producción y en la distribución de las mercancías nos obligan a ser vendedores de atención en condiciones de libertad restringida.

Aspecto Cultural

La cultura transnacional ingresa todos los días en la televisión de las casas de los ricos y de los pobres, de los hombres y de las mujeres, de los jóvenes y de los viejos, de los que han nacido en la ciudad o en otra parte. Con ésta se tiende hacia la **constitución de un sólo público.**

No obstante, la ampliación del mercado a todo el planeta ha planteado a las grandes centrales de producción televisiva el problema de la diversificación. Aunque el objetivo final sea, ciertamente, que todos los pueblos puedan adaptarse al mismo mensaje, disfrutar con las mismas aventuras, amar a los mismo héroes, conmoverse con idénticos sentimientos, es igualmente cierto que, en la actual situación, las tradiciones son aún tan profundas y tan dilatada la resistencia al colonialismo cultural como para imponer soluciones diferentes a aquellos que desean vender mercancías televisivas en el gran mercado internacional, compuesto por miles de millones de personas.



Es por ello que dentro de los criterios de responsabilidad social para la prestación del servicio público de televisión regional en gestión directa o indirecta, el contenido de la programación debe hacerle contrapeso a la circulación internacional de programas televisivos y de información por la manera en que la globalización de la información podría interferir o promover cambios en algunas esferas sociales y económicas de éste país que se torna 'recipiendario' de información externa.

Precisamente, la iniciativa de establecer las bases para el nuevo Orden Informativo Internacional — aunque ya no se habla mucho de ello— responde a la necesidad de que cada país posea la información que le permita un desarrollo socio-político autónomo y aceptable.

Para finalizar estas consideraciones, estimo importante hacer alusión a una famosa frase de Benjamín Franklin, quien refiriéndose al control de la libertad de expresión afirmaba:

«¿Los abusos de la libertad de palabra deberían ser reprimidos pero a quién nos atrevemos a confiar la facultad de hacerlo?»

Y de hacerlo **con sano equilibrio** agregaría yo, porque, pienso que **restringir en exceso la libertad de expresión** individual afecta no sólo a las personas sino al interés general, pues frena, desestimula y, en últimas, paraliza la creatividad, la imaginación y el pensamiento, ingredientes no únicamente válidos en sí mismos, sino indispensables para trazar un camino socialmente productivo y marcado por la civilización.

Igualmente, **si la libertad de expresión no cuenta con algún tipo de control**, así sea elemental, termina por desembocar en anarquía.

En consecuencia, si pretendemos, como dije anteriormente, que el proyectado canal regional se constituya en la diferencia esperada, estas situaciones extremas deben estar lejos de nosotros que creemos en el tipo de democracia que se refleja en nuestra Constitución y que queremos un elevado grado de responsabilidad social en la comunicación de masas para poder mantener el flujo informativo esencial en una democracia que cuenta con la consagración constitucional de los derechos fundamentales como garantías de libertad.