

III Encuentro Internacional Our Media Nuestros Medios La Televisión Comunitaria en Colombia. O de cómo la perseverancia trae ventura.....

Por Patricia Tellez

Resulta esperanzador y casi utópico por llamarlo de alguna manera, en este mundo globalizado caracterizado por un desarrollo tecnológico que por momentos pareciera más importante que el abordaje y el manejo de la información, que el tema de los medios de comunicación comunitarios tenga todavía importancia, que exista una red mundial que se interese por su realidad, que haya académicos, expertos y activistas preocupados y ocupados por el mismo y que además tenga "rating". Prueba de ello es la asistencia de Uds a este panel dedicado al tema de la evaluación de los mismos.

Con sobradas razones podría pensarse que para algunos adalides de la globalización cuya prioridad es el aspecto tecnológico, la televisión comunitaria forma parte de las preguntas que no se resolvieron en el "siglo pasado" y que en el presente los interrogantes en lo que a este medio masivo se refiere tienen que ver con la manera como se realizará la adaptación a este nuevo entorno mediático caracterizado por la convergencia, la digitalización y las redes, que si bien es cierto durante algún tiempo eran parte de la "ciencia ficción" y de las discusiones técnicas de la industria, hoy aparecen como elementos claves de esta sociedad del conocimiento y de la información que habitamos.

Sin embargo, y de manera afortunada han de saber que el tema en Colombia tiene "dolientes". Que de él se ocupan entidades públicas, organismos no gubernamentales, fundaciones, colectivos de comunicación popular conformados por hombres y mujeres, algunos de ellos muy jóvenes atrapados por la seducción de la imagen y otros no tanto, pensionados en algunos casos, convertidos todos en voceros de su comunidad. Verdaderos quijotes ubicados en los más apartados rincones del país, quienes con mayor o menor grado de organización o desorganización trabajan día a día por sacar adelante una utopía que se ha convertido para la mayoría en un proyecto de vida, al que le han apostado todo y por el que han tenido satisfacciones y desencantos....

De ellos nos vamos a ocupar en esta presentación. A partir de un breve recorrido por su historia, abordaremos los intentos de sistematización y evaluación que se han realizado en las últimas décadas para conocer sus logros y limitaciones. Todo lo anterior para detenernos en el Plan de Acción que actualmente desarrolla la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Cultura con el respaldo de la CNTV.

Con ese esquema despegamos no sin antes agradecer a Our Media. Nuestros Medios la invitación a este evento que aparece a la vez como pretexto para el reencuentro con amigos de siempre y colegas de travesía por experiencias que sin lugar a dudas fortalecerán los proyectos que sobre el tema de la comunicación y los medios que podríamos nombrar como ciudadanos y comunitarios se adelantan en distintos países.

Un contexto necesario para entender su situación actual.

No es fácil intentar la recuperación de una historia de este medio masivo en Colombia debido a que su origen está atravesado por una serie de elementos que tienen que ver con aspectos tecnológicos, sociales, históricos, mediáticos, geográficos que se pueden tejer de manera diversa cuando de mirar el pasado se trata.

Esta caracterización de las piezas que conforman el rompecabezas está tomada de un texto de Enrique Rodríguez, Comunicador Social quien junto con Luis Fernando Barón y Julián Tenorio fueron los coordinadores generales de un equipo de trabajo que realizó durante 1997 el primer diagnóstico que se hizo sobre televisión local y comunitaria en Colombia publicado en un documento titulado “Señales de Humo” (Panorama de la Televisión Local y Comunitaria en Colombia. Fundación Social. CINEP: Ministerio de Comunicaciones. Bogotá: LAC: Impresores. Febrero de 1998). Este trabajo adelantado por el Ministerio de Comunicaciones fue resultado de un proceso de creación colectiva cuya coordinación general estuvo a cargo del Centro de Investigación y Educación Popular (CINEP) en asocio con la Fundación Social.

La historia en Colombia se inicia a comienzos de los años 80 y en su aparición se conjugan razones tecnológicas relacionadas con el incremento del uso del satélite para la transmisión de información, el auge de la oferta televisiva en Estados Unidos con el consecuente desarrollo y disminución de los costos en equipos de recepción y distribución de la señal audiovisual.

Como consecuencia de lo anterior se garantizará su consumo en hogares de estrato medio y medio bajo quienes inicialmente no podían acceder a esta tecnología por razones de costos. En los años siguientes se populariza su difusión, así como el número de personas capacitadas en su uso. Con la aparición de las antenas parabólicas, elemento clave al que está asociada la televisión comunitaria, se establecen diferencias para el desarrollo y apropiación de las mismas en las zonas rurales y urbanas.

En las grandes ciudades hacia 1980 la arquitectura ostentosa del narcotráfico empieza a hacer posible la aparición de estos “grandes platos” en multifamiliares cerrados instalados inicialmente en sectores de estrato alto pero rápidamente popularizados por razones de costos. A lo anterior se añade el hecho de que no se pagaban derechos de autor además del atractivo de entrar en contacto con una oferta audiovisual múltiple (a diferencia de la nacional que para ese entonces era reducida), proveniente de señales recibidas de distintos países, situación que empieza a modificar gradualmente los hábitos de consumo en Colombia.

En las zonas rurales la realidad era distinta. La accidentada geografía nacional explica en alguna medida los problemas de recepción de señal de los canales de operación pública y posteriormente privada en los más apartados municipios del país.

De otra parte la descentralización política y administrativa que se inicia hacia 1980 le da a los alcaldes mayor autonomía en el manejo del gasto público. Amparados por esta circunstancia y algunos de ellos atraídos por la novedad que supone este medio audiovisual deciden incursionar en el mismo buscando convertirlo en un importante mecanismo de participación ciudadana.

Otros, como suele suceder acudirán a él con fines proselitistas y electoreros pero ambos deberán saber canalizar estas necesidades de la comunidad a través de este medio de comunicación. Como pioneros de la cara positiva de esta experiencia se menciona el caso de TeleJericó en Antioquia, o TeleItmina y TelePlatino en Chocó, por citar un par de ejemplos.

Como aspectos sociales que explican la expansión de este fenómeno encontramos la apropiación diversa y creativa que empiezan a hacer del mismo los usuarios de este servicio quienes utilizarán la red para transmitir en formatos domésticos eventos, actividades sociales y en general asuntos de interés para la comunidad.

Un último elemento para entender este contexto de aparición de esta modalidad tiene que ver con el aspecto legislativo. La existencia de un “modelo mixto” y la permanencia del mismo durante más de 40 años en donde los particulares explotaban casi a su antojo un monopolio del Estado de alguna manera aparece como un obstáculo para el desarrollo de una industria televisiva y de una televisión democrática y participativa que verdaderamente posibilitara la visibilidad de diversos actores sociales.

Es importante señalar en este punto como a pesar de que las cosas han cambiado en materia de legislación en medios y particularmente de la televisión (prueba de ello es que en los últimos años hemos presenciado tres proyectos de reforma y en la actualidad estamos justo frente a uno de ellos), en nuestro país su abordaje en materia televisiva suele presentar un cierto “rezago”. En este sentido podríamos afirmar sin temor a equivocarnos que mientras el desarrollo tecnológico del medio va en “Concordé” nuestra legislación durante décadas pasadas se desplazó a lomo de mula....

Un paréntesis para señalar como en los proyectos de reforma a la ley que hoy se hallan en curso infortunadamente el tema la televisión comunitaria vuelve a invisibilizarse. Estos aparecen como colcha de retazos que más que ocuparse verdaderamente de los aspectos neurálgicos de la crisis, se centran en términos generales en la desaparición o el fortalecimiento de la Comisión Nacional de Televisión, entidad rectora de este medio que si bien es cierto es la “punta del iceberg” de la misma, existen otros aspectos prioritarios como es el caso de la realidad de INRAVISION, la reflexión sobre el servicio público, el papel de las nuevas modalidades y con ellas me refiero a la televisión local y la comunitaria. Solo nos resta desear que frente al tema y en una en una palabra el interés general prevalezca sobre el particular....

De qué estamos hablando cuando hablamos de televisión comunitaria?

Es el Acuerdo 006 de 1999 expedido por la CNTV el que establece la prestación de este servicio. En él se señala lo siguiente: “Es el servicio de televisión prestada por las comunidades organizadas sin ánimo de lucro, con el objeto de realizar y producir su propia programación para satisfacer necesidades educativas, recreativas y culturales. Este servicio deberá prestarse bajo la modalidad de televisión cerrada, por uno o varios canales de la red. Así mismo por razón de su restricción territorial y por prestarse sin ánimo de lucro, este servicio no se confundirá con el de televisión por suscripción.”¹

Veamos algunos aspectos que nos permiten caracterizar esta modalidad a partir del acuerdo anterior. En él se establece una definición del concepto, el ámbito de cubrimiento de la misma (6000 asociados), sus formas de sostenimiento, comercialización (6 minutos por cada media hora de emisión), las características de la programación (deberán producir 2 horas a la semana de programación propia), las señales incidentales que pueden recibir (7 por géneros a saber educativo, cultural, infantil, noticias, deportes, películas y uno musical), entre otros aspectos.

Hacia una búsqueda de su identidad.

Una vez más al recuperar la historia de la evaluación de esta modalidad “Señales de Humo” se convierte en un referente obligado. Es justamente a raíz de un encuentro de televisiones locales y comunitarias realizado en Sasaima (Cundinamarca) en 1997 donde se crea un Comité de Impulso Nacional a esta modalidad y a partir de él se establece, lo que podría ser considerado el primer plan de acción para la misma. En él se contempla entre otras actividades la necesidad de realizar un diagnóstico de la realidad de estas modalidades televisivas en el país.

Como equipo coordinador del mismo que contó con la participación de un importante número de colaboradores regionales ubicados en universidades, entidades del sector público y ONGs entre otras, encontramos a Gloria Erazo, Luis Fernando Barón, Darío Angel, Enrique Rodríguez, Julián Tenorio, Harold Salazar, Andrés Mutis, Benjamín Casadiego.

Los menciono como una forma de hacerles un homenaje pues lo que intento hacer desde la Dirección de Comunicaciones del Ministerio es “simplemente” recoger sus banderas. Estos son los coequiperos de los quijotes a los que me refería anteriormente. Años después algunos de ellos se mantienen apostándole a esta noble causa apoyando procesos regionales y a un número mayor de luchadores anónimos e intentando revivir colectivamente estos proyectos que, como lo mencioné, son su “proyecto de vida”.

¹ Comisión Nacional de Televisión. Acuerdo 006 de 1999 por el cual se reglamenta la prestación del servicio de televisión sin ánimo de lucro.

Es justamente esta primera investigación de cobertura nacional la que posibilita que esta modalidad televisiva empieza a emerger desde el “anonimato” e iniciar un proceso de búsqueda de identidad que hoy todavía se mantiene. En este punto es importante aclarar que lo preocupante no ha sido solamente su invisibilidad sino el perjuicio que le ha ocasionado el hecho de que a estos proyectos se asociaran, y lo siguen haciendo, algunos operadores “informales” o piratas por culpa de los cuales se ha estigmatizado a todos los canales comunitarios.

Hallazgos de “Señales de Humo”

Para este primer diagnóstico se segmentó el país en 6 regiones: Costa Caribe (Atlántico, Bolívar, Córdoba, Guajira, Magdalena y Sucre), Santanderes (Arauca, Norte de Santander y Santander), Antioquia y Chocó, Centro (Boyacá, Cundinamarca y Meta), Caquetá, Huila y Tolima y el Suroccidente (Cauca, Eje Cafetero, Nariño, Putumayo y Valle del Cauca).

En líneas generales el trabajo se desarrolló a través de distintas etapas que pueden ser reordenadas en tres grandes actividades a saber: i) ubicación de equipos regionales, diseño metodológico y organizativo del mismo, ii) ubicación de las experiencias, capacitación encuestadores y levantamiento de la información (aplicación de la encuesta y entrevistas) y finalmente iii) la recolección y sistematización de la información relacionada con el diseño de la base de datos, la revisión de las encuestas, la elaboración de informes regionales, la sistematización de la información el análisis de los datos y la elaboración del informe final.

El propósito central de la encuesta, considerada como el instrumento central del diagnóstico, fue recoger información sobre el funcionamiento de los canales y/o comunitarios a partir de aspectos tales como: ubicación geográfica, organización interna, infraestructura, programación y personal, entre otros.

Al intentar hacer una síntesis de los resultados el diagnóstico mostró la multiplicidad y diversidad de experiencias respaldadas por procesos históricos de tejido de identidades territoriales y que a la vez aparecen como producto de procesos organizativos y de acción social en los ámbitos económico, político y cultural.

Entre estos se señala el nuevo marco constitucional de 1991, los desarrollos generados por los procesos de descentralización administrativa y las nuevas formas de participación ciudadana que le dan visibilidad social a grupos minoritarios en este país.

En cuanto a la ubicación de los canales la investigación encontró que estos se dan más en ciudades intermedias y municipios pequeños que en las grandes urbes. Es en los estratos 1, 2 y 3 de estos municipios donde “florecen” estas experiencias. No sucede lo mismo en las zonas rurales donde por razones de costos son casi inexistentes.

Es importante señalar que los procesos de legislación han sido elemento propicio para el desarrollo de numerosas experiencias a la vez que han sido determinantes en el estancamiento y desarticulación de las mismas. Prueba de ello es que de los cerca a 400 canales detectados en esta investigación hoy solo existen 40 de ellos autorizados por la CNTV mas o menos 30 a punto de lograr una licencia. En este punto es importante anotar como esta investigación se desarrolla de manera casi simultánea a la creación de la CNTV y que cuando se hizo los canales comunitarios recién empezaban a adaptarse a las exigencias del Acuerdo 029 de 1997 que es anterior al 006 de 1999 que hoy rige este servicio.

El aspecto financiero y de gestión ha sido definitivo en estas experiencias. No basta la buena voluntad de personas entusiasmadas con el tema. La mayoría de las experiencias no han alcanzado niveles mínimos de sostenibilidad económica situación que los hace, no viables.

Este punto anterior está estrechamente relacionado al de los procesos organizativos que respaldan estas experiencias. A pesar de los problemas internos en algunas regiones se empezaron a dar formas de asociación de primer y segundo nivel (asociaciones y federaciones de operadores) que empiezan a desarrollar de manera colectiva un interesante proceso de reflexión sobre su quehacer.

El tema de la programación es bien interesante ya que es el que le da vida a este proyecto comunitario. Su abordaje en la mayoría de los canales es más desde el “olfato” que del conocimiento mínimo de géneros y audiencias situación que se evidencia en la oferta de cada canal. Los noticieros y los magazines son los formatos más socorridos. Igualmente se destaca la transmisión en directo de eventos culturales y deportivos.

Las Mesas de Medios de Comunicación Ciudadanos y Comunitarios. Una segunda forma de diagnóstico.

A partir del año 2000 y como una segunda etapa en este recuento encontramos la convocatoria abierta que desde la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Cultura se hiciera a través de las llamadas Mesas de Medios Ciudadanos y Comunitarios buscando establecer en ellas líneas de políticas que enriquecieran la formulación del Plan Nacional de Cultura.

Al intentar hacer una reseña de las mismas encontramos con antecedentes inmediatos la creación, como resultado de una convocatoria del Ministerio de Cultura, del Consejo Nacional de la Cultura, las Artes y los Medios de Comunicación Ciudadanos. Lo anterior como resultado de un encuentro convocado por el Ministerio en Junio de 2000 y al que asistieron cerca de 40 personas representantes de asociaciones regionales y nacionales de emisoras, medios independientes y colectivos de comunicación, entre otros.

Posteriormente en ese mismo año el Ministerio expide dos resoluciones donde por primera vez se reconoce a estos medios como “expresión cultural de la nacionalidad colombiana” y por lo tanto como actores legítimos para participar en la formulación del Plan Nacional de Cultura (2002-2010) buscando que se convierta en un espacio propicio para la construcción de una ciudadanía verdaderamente democrática en este país.

De esta manera los llamados en otra época “medios alternativos” serán los invitados de honor de estas mesas consideradas como espacios de encuentro de personas vinculadas a la radio, la televisión y la producción de medios impresos. Todo lo anterior con el fin de diseñar políticas públicas de manera conjunta que redunden en la construcción de un sector que juega un importante papel en la construcción de ciudadanía. En este proceso que aun no finaliza pues queda pendiente la realización de una de ellas (Valle y Chocó) se han compartido problemáticas comunes, fortalezas y debilidades buscando establecer un norte común para realizar acciones colectivas que posibiliten el verdadero fortalecimiento de los mismos.

En participación el grupo mayoritario ha sido la radio comunitaria, le sigue televisión e impresos. En el caso de la televisión la mesa ha tenido una composición diversa. Desde colectivos de Comunicación Popular, hasta asociaciones de usuarios a antenas parabólicas, pasando por realizadores independientes y estudiantes y profesores de las Facultades de Comunicación de los lugares donde se realizan. En el caso de los asistentes en representación de los canales comunitarios algunos de ellos recientemente han obtenido su licencia y han tenido dificultades en el cumplimiento del Acuerdo que rige a esta modalidad televisiva.

Al intentar hacer un balance de los resultados de los mismos encontramos que a pesar de la “cara positiva” de estos proyectos en lo referente a una tradición de autogestión, al vínculo existente con la comunidad, a los relativamente bajos costos de producción, a la presencia nacional de estas experiencias, existen tareas apremiantes. Frente al tema de la sostenibilidad, uno de los abordados en las mesas junto con programación y legalidad frente a legitimidad, se requiere trabajar por la consolidación de empresas sociales mediante el mejoramiento, entre otros aspectos, de su gestión administrativa, asimismo se necesita capacitación en el diseño y ejecución de proyectos de comunicación que aparezcan como soporte del canal.

En relación con el tema de la programación las solicitudes giraron alrededor de la capacitación en lo concerniente a la especificidad de lo que es un canal comunitario como tal frente a la oferta de programación del mismo. Igualmente se señaló la importancia de conocer la manera como se construye una parrilla, la ubicación de las franjas de la misma, la manera como se construyen las audiencias, entre otros aspectos.

Sin embargo, la preocupación de los asistentes se centró en los aspectos relacionados con el aspecto legal y más particularmente, en la manera como se han relacionado con la Comisión Nacional de Televisión para dar cumplimiento al Acuerdo 006 que como ya se señaló rige esta modalidad. Los principales reparos frente al mismo tienen que ver con la imposibilidad de cumplir con la exigencia de las 2 horas diarias de programación propia (14 a la semana), con las restricciones frente a la recepción de señales codificadas.

Otro tema que ha generado malestar entre los operadores, dada la crisis económica por la que atraviesa el país, y su repercusión sobre este medio, tiene que ver con la carga tributaria que a juzgar por la mayoría de los canales es excesivamente onerosa. Entre los impuestos que deben pagar por distintos conceptos encontramos: el 7.5% de los ingresos brutos por concepto de compensación a la CNTV, el 16% a Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), los derechos de autor a gremios como SAYCO y ACIMPRO y los derechos de posteria, que se cancelan en algunas regiones por citar los más agobiantes.

Plan de Acción para la Televisión Comunitaria

Con este antecedente inmediato de las mesas de trabajo en Diciembre del 2002 se diseñó desde la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Cultura lo que se ha denominado como el Plan de Acción para la Televisión Comunitaria en Colombia contando para ello con el respaldo de la CNTV. De hecho el proyecto se diseñó el año anterior pero por problemas de presupuesto solo se empezó a ejecutar en este semestre.

En ese momento se realizó una reunión en Bogotá que contó con la participación del equipo responsable del primer diagnóstico y de algunos representantes legales de los canales comunitarios en Colombia. A ellos se les presentó la propuesta y se recogieron sus observaciones a la misma.

Este plan gira alrededor de tres estrategias básicas: un diagnóstico buscando actualizar los anteriores, unos talleres de capacitación como respuesta a una necesidad detectada en las mesas de medios, particularmente en lo que se refiere al tema programación y gestión y la entrega a cada canal de lo que hemos denominado una “videoteca portátil”.

Veamos en que consiste cada una de estas actividades y los hallazgos las mismas en estos 6 meses que han transcurrido desde que se inició el proyecto que se encuentra en este momento en la fase final de recolección de información.

El contexto que hoy vive la televisión comunitaria presenta algunas diferencias al existente cuando se realizó el primero. Lo anterior en la medida en que si bien es cierto ya existía la CNTV el primer intento de regulación de este medio sólo se da hasta diciembre de 1997, esto es justo en el mismo año en que se realiza la investigación.

Sin embargo, una vez expedido este acuerdo se van a generar una serie de demandas de personas naturales y jurídicas que se sentían afectadas por el mismo, situación que genera malestar e incertidumbre por parte de los interesados en el tema. En ese momento al interior de la Junta Directiva de la CNTV se da un cambio y la nueva administración decide reglamentar de nuevo este servicio buscando en esta ocasión superar los errores cometidos con el anterior. En ese sentido se deroga el acuerdo anterior y se da paso a la elaboración del proyecto que se convierte en el Acuerdo 06 de 1999.

Teniendo como referente la existencia de una acuerdo que rige esta modalidad se tomó la decisión de seleccionar como objeto de estudio los canales autorizados por la CNTV tomando como fecha de corte el 20 de diciembre de 2002, fecha en que se realizó la última sesión del año la Junta Directiva de esta entidad.

Para ese entonces existían 43 canales inscritos en esta modalidad y cerca de 30 en lo que he llamado la “segunda ronda”; esto es, los canales que en ese momento se encontraban realizando algunos ajustes (en relación con la parrilla, el presupuesto o los aspectos técnicos), como consecuencia de los requerimientos que frente a estos aspectos solicitaran las distintas dependencias de este ente regulador.

En una palabra la esencia fundamental del diagnóstico es ofrecer un panorama actualizado en relación con la realidad de estos canales en el país. Para ello se ha diseñado un cuestionario semejante en el trabajo anterior. En este sentido se busca recoger información sobre aspectos relacionados con: ubicación del canal, creación del mismo, manejo presupuestal, programación, recursos humanos y la última parte, no por ello menos importante, tiene que ver con la percepción que tienen los canales del acuerdo reglamentario.

Frente a la realización de los talleres como estrategia la explicación es bien sencilla. Tanto en las conclusiones y recomendaciones de “Señales de Humo” como en las Mesas de Medios aparece de manera reiterada la solicitud de los participantes frente al tema de la capacitación en temas varios: producción y realización, evaluación de materiales, programación, gestión de un canal comunitario, entre otros.

Sin embargo se estableció como prioritario el tema de la programación como un “pretexto” para pensar en la gestión de los canales. Estos dos temas son fundamentales pues en el primer caso la gente vinculada a este proyecto pasó de grabar el partido de fútbol del viernes, el bazar del sábado y la misa del domingo, a tratar de emitir, en la medida en que así lo establece el acuerdo reglamentario, 2 horas diarias (14 horas a la semana) y allí empezaron los problemas....

La programación es un genérico y en el caso de estos canales debe ser su sello de identidad y su sentido de existencia. Me explico: la experiencia me ha enseñado que no existe “una” programación para televisión comunitaria. Existe la programación televisiva y de ella yo me debo apropiar para trabajar esta modalidad.. No es suficiente la “pasión” que la imagen genera particularmente en los grupos de jóvenes.

Como el medio “ya está inventado” y el lenguaje audiovisual tiene una gramática propia es necesario que la gente que trabaja en él tenga unos conocimientos básicos que puedan enriquecer con una alta dosis de creatividad que es una característica presente en la mayoría de los canales. Muchas veces cobijados bajo el sello de lo alternativo estas experiencias se convierten en “alterativas” de la calidad, la estética y el lenguaje televisivo..

Y que decir del tema de la gestión de los canales comunitarios. Ya suena a lugar común el hecho de repetir que “sin ánimo de lucro” no supone necesariamente “con ánimo de quiebra” pero infortunadamente esto es lo que le ha sucedido a algunas experiencias.

La legitimidad es importante pero no suficiente cuando de hacer presupuesto se trata. Hacer televisión es costoso y mucho más sino se tiene claridad frente al manejo de los recursos. En esa medida con este taller se busca a partir de una ubicación del tema de la televisión comunitaria como fenómeno cultural, particularmente como industria, para centrarnos en el abordaje del medio como empresa audiovisual. Todo lo anterior a partir de la ubicación de sus entornos, de la planeación, del diseño, la gestión y el control considerado como procesos esenciales de examinar en toda organización.

Finalmente la idea de la “videoteca portátil” han de saber que no se me ocurrió a mí. Hace un par de años la Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura diseñó una “maleta de cine” para que en ella circularan los mejores trabajos del séptimo arte.

Como la idea fue exitosa, como estrategia de difusión y circulación, ésta se ha multiplicado y ha recorrido nuestro país y ha traspasado las fronteras. Y bueno “copiar” ideas exitosas para nobles causas debe generar indulgencia plenaria... Para ello se elaboraron unas maletas, que es una manera elegante de llamar una caja, con material elaborado por la Unidad de Televisión de Ministerio que serán enviadas a los diferentes canales para su emisión. En principio las tortas de los mismos provendrán de la programación del Ministerio, particularmente de “La Franja” y “Diálogos de Nación” emitida a través de “Señal Colombia”.

Para la realización de estos talleres y la aplicación del cuestionario se ha zonificado el país teniendo como criterio la mayor concentración por canales a saber: Zona Centro (Cundinamarca, Bogotá y Caqueta). Allí encontramos 7 canales autorizados y 3 en trámite. En el Eje Cafetero (Caldas, Quindío y Risaralda) tenemos 8 canales autorizados y tres que se fusionaron. En el Valle y Cauca se trabajó con 6 canales, uno de ellos del Cauca, y 3 en segunda ronda.

Antioquia ha sido el departamento donde más presencia hay de esta modalidad televisiva. Encontramos 12 canales y uno en Córdoba. Justo la semana entrante trabajaremos el taller que cubre los departamentos de Norte de Santander, Santander y Magdalena Medio. Allí hay detectados 7 canales autorizados por la CNTV y 3 en trámite.

Qué hemos encontrado en estas experiencias?

Gente maravillosa que habita como lo señalan algunos de ellos en “municipios pantalleros” y en esa medida les encanta mostrarse aunque en otras regiones del país les sucede justo lo contrario. Es el caso del Canal 8 de Puerto Rico Caquetá donde por razones de orden público tiene que mantener un muy bajo perfil e inclusive por temporadas “apagar el canal”.

La pasión por el medio no tiene edad ni género. Encontramos a un grupo de pensionados liderando la producción del canal de la Comuna 11 en Cali, al Canal 4 en Ciudad Bolívar (Antioquia) o la experiencia de un colectivo de mujeres, que maneja Tele Candelaria, en el corregimiento de Villa Gorgona, Municipio de Candelaria (Valle) con una oferta de programación dirigida a las mujeres cabeza de familia que son la mayoría.

Los jóvenes son los más visibles y están presentes en casi todos los canales vinculados en su condición de todoterreno: manejando equipos, produciendo musicales, programas en vivo que son de gran aceptación en las comunidades y que por lo general recogen actividades sociales y culturales de la comunidad.

Su presencia se ha sentido con más fuerza en los canales del Eje Cafetero y en Antioquia que es un departamento donde se tienen una significativa participación los colectivos de Comunicación Popular que ellos lideran. Es el caso del canal de Apía y de Santuario en Risaralda, del Salvador o de Tele Envigado, son ejemplos de la pujanza paisa.

No todo es color de rosa. Prueba de ello es que de las 400 experiencias que se detectaron en el primer diagnóstico hoy sobreviven 40. Este trabajo nos permitirá realizar una valoración más objetiva sobre el presente y futuro de estos proyectos. Con el se podrá establecer la verdadera dimensión de los mismos pues por todo el esfuerzo que significan para quienes se ocupan de ellas suele hacerse en algunos casos una sobredimensión de esta experiencias como respuesta quizás a la subvaloración que se ha y a su condición de “cenicientas” de este medio masivo.

Un punto clave tiene que ver con las observaciones que hasta el momento se han realizado frente a las exigencias del acuerdo reglamentario. El balance obtenido hasta el momento es que este deberá ajustarse más a la realidad de los canales y en esa medida repensar algunas de sus exigencias como por ejemplo el caso de la programación, los pagos considerados onerosos por la mayoría de los operadores, la imposibilidad del encadenamiento o de coproducciones.

Todas estas situaciones aparecen como un obstáculo para lograr el desarrollo de esta modalidad. Muy seguramente los resultados de este trabajo puedan llevar a la CNTV a proponer un nuevo proyecto de Acuerdo más en consonancia con las necesidades de los operadores.

En un país en construcción la presencia de estos medios es definitiva. No acceder a ellos es invisibilizarse socialmente y está demostrado por la obstinación y empeño de estos quijotes que la utopía de estos proyectos es justamente lo contrario. Insisto: ojalá sea verdad que quien persevera alcanza pues la gente vinculada a estos proyectos ha sido particularmente terca con ellos. A veces me pregunto si no serán todos Tauro....

María Patricia Téllez Garzón
Barranquilla, Mayo 19 de 2003