



Del desarrollo de la televisión y la superación del dilema entre el negocio y los fines sociales

Antonio Roveda Hoyos (editor)
Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana-Comisión Nacional de Televisión.
2008; 412 p.
Toma el control. Observatorio Nacional de Televisión
ISBN: 978-958-716-145-8

Aunque debe recordarse que la lucha por la democratización y el pluralismo no es nueva y que hunde sus raíces, hacia finales de la década de los sesenta del siglo pasado, en los esfuerzos de la UNESCO por promover una serie de debates que en América Latina desembocaron en la formulación de unas Políticas Nacionales de Comunicación —por lo demás saboteadas por las grandes agencias internacionales de noticias

y las más conservadoras organizaciones de propietarios de medios como la SIP (Sociedad Interamericana de Prensa) y AIR (Asociación Interamericana de Radiodifusión)—, lo cierto es que es incuestionable el valor que en Colombia adquiere el desarrollo de un proyecto como el del Observatorio Nacional de Televisión (Ontel), formulado y ejecutado en el marco del Plan de Desarrollo de la Televisión, que trazó la Comisión Nacional de Televisión de Colombia.

En torno al proyecto se desarrolló una serie de reflexiones de orden teórico y metodológico que quedaron recogidas en una publicación cuyo título, *Toma el control*, es muy sugerente en el sentido de que no sólo habla de una orientación en la que se invita al televidente para que asuma con compromiso los roles de consumidor y ciudadano, sino que, además, muy acertadamente en tiempos de amplia preocupación por la rentabilidad y el mercado, vuelve a establecer como prioridad de la agenda televisiva temas de reconocida pertinencia para el desarrollo de la sociedad colombiana, como la democratización y el pluralismo cultural y político.

Desde el punto de vista teórico, *Toma el control* expone una serie de reflexiones que describen la perspectiva desde la cual no sólo se diagnostica el papel de la televisión colombiana en más de 50 años de existencia —“mirando y dejándose mirar”, según lo sostiene Germán Rey—, sino que también se propone un horizonte en el que se esbozan las deseables interacciones entre televisión y sociedad, examinadas desde cuatro dimensiones clave para su análisis: la industria, sus agendas, sus audiencias y el marco de regulación legal y de autorregulación en el que la televisión colombiana se desenvuelve y podría desenvolverse en los próximos años.

Así mismo, desde el punto de vista metodológico, en *Toma el control* Jorge Iván Bonilla Vélez y Andrés Medina Valencia proponen una serie de trayectorias desde las cuales desarrollar el proyecto de observatorio, respondiendo a preguntas tan fundamentales como qué

observar, para qué observar y cómo observar de manera sistemática y rigurosa a los agentes de la televisión (productores, anunciantes, entidades reguladoras del Estado y televidentes), las agendas televisivas (contenidos, géneros, formatos y funciones) y las audiencias (desde el punto de vista de su función como consumidoras y como ciudadanas cuya relación con la televisión no se reduce a una recepción conforme con hábitos de consumo cultural, sino a la participación en un debate público promovido por la televisión).

Visto desde esta perspectiva, el proyecto Ontel no representa sólo un interesante ejercicio de monitoreo a los contenidos televisivos, sino también un espacio dispuesto por las políticas públicas para, como bien lo plantearon Antonio Roveda, Juan Carlos Garzón, Mario Morales y Camilo Tamayo, la participación ciudadana y la investigación sistemática de la televisión, garantizando el derecho a una información y un entretenimiento plural, capaz de responder a los gustos, necesidades y expectativas de los televidentes.

No en otro sentido Jesús Martín Barbero plantea que dentro del mapa de lo que hay que observar se deben considerar

las imágenes del país nacional y de las regiones que pasan a través de los canales de televisión públicos y privados; las imágenes de actores que representan minorías o instancias invisibilizadas tradicionalmente en televisión como la de los sindicalistas, líderes sociales, etc. y una nueva agenda de país que dé prioridad a los problemas que afectan a la gente (respecto a la salud, educación y empleo) y que también pueda dar cuenta de la complejidad de los cambios que transforman la vida cotidiana de la mayoría.

En últimas, de lo que se trata el proyecto Ontel es de intentar, otra vez, lo que la UNESCO buscó hacer desde finales de los años sesenta en América Latina y que no consiguió, esto es, intentar superar el dilema siempre presente en los medios masivos de comunicación en el que se privilegia el negocio o se privilegian los

fines sociales. Esperemos entonces que esta vez la partida sea ganada.

Mirla Villadiego Prins
Profesora asociada
Departamento de Comunicación
Facultad de Comunicación y Lenguaje
Pontificia Universidad Javeriana
Bogotá