

Televisión de calidad y participación ciudadana **Television quality from and citizen participation**

Borys Bustamante
Fernando Aranguren
Bogotá (Colombia)

RESUMEN

Como en el pasado, las sociedades democráticas se enfrentan a retos decisivos para asegurar su permanencia. Uno de estos retos, en la actualidad, es el de asegurar un equilibrio justo y equitativo en el acceso de la población a la información en todos los aspectos que conlleva el manejo de este fenómeno, la producción, la distribución y la valoración de la misma en términos de su función social.

Como es bien sabido, en un mundo dominado por las tecnologías de la información y la comunicación, la televisión ocupa un lugar preponderante en la conformación de los circuitos que constituyen el entramado cultural de las sociedades contemporáneas (Pérez Tornero, Postman, Martín-Barbero, etc.). Ese lugar privilegiado de la televisión en el mundo de hoy, la convierte igualmente en el principal dispositivo para producir y poner información en circulación a nivel masivo. En una operación que al mismo tiempo se convierte en representación de lo acontecido, la televisión construye un discurso por medio del cual, convierte o aspira a convertir sus contenidos en la realidad misma (Vilches, Ferrés).

Ante la circunstancia descrita se impone en el mundo científico y académico la necesidad de desarrollar, a través de la investigación, un saber crítico y sistemático sobre este medio y sobre el dispositivo funcional que hace posible su omnipresencia en los diferentes planos de la vida social. Esta tarea se ha desplegado de modo eficiente en distintos espacios geográficos y con distintas perspectivas teóricas, a partir de las cuales se han entablado fecundos diálogos alrededor de la televisión y su impacto en la mentalidad de las gentes.

Pero como ese hacer de la televisión va más allá de las fronteras institucionales y de la vida escolar, sus implicaciones a nivel ideológico y político en la cotidianidad de los distintos grupos sociales se torna relevante y decisiva a efecto de examinar por un lado, y fortalecer y ampliar por otro, los canales de la interacción y de la organización democrática de estas sociedades. A través de su discurso, la televisión promueve y ofrece un amplio caudal de representaciones sociales (Giroux, Bourdieu,) que se convierten en elementos vertebradores del conocimiento socialmente compartido por los grupos de población que haciendo uso del mismo, también actúan o se desempeñan como ciudadanos en ejercicio.

Lo que resulta fundamental en este proceso es el carácter asimétrico que adquiere el contacto con la información, el modo de procesarla y hacerla circular, dado que los medios en general y la televisión en particular están adscritos a estructuras de poder y a intereses de tipo económico y político de índole particular; intereses cada vez más comprometidos con el mercado y la dinámica del capital global, y secundariamente con las necesidades y reivindicaciones de las diferentes comunidades ciudadanas.

Ante esta situación se ha convertido la demanda en una televisión de calidad en una clara reivindicación ciudadana con amplias implicaciones a nivel ideológico, político y cultural. La televisión es un escenario privilegiado para construir o reconstruir el tejido social de las democracias contemporáneas, para fortalecer la dinámica de la sociedad civil en su conjunto y vigorizar con esto el despliegue de una ciudadanía activa, crítica y participativa alrededor de los problemas públicos de una nación.

La competencia ciudadana se hace inseparable de la competencia televisiva (Pérez Tornero, Orozco, Agudé) en cuanto son elementos que dan cuenta de una conciencia colectiva cualificada frente a los problemas concretos de la cotidianidad compartida, de ahí las ligas de usuarios de medios y de televisión y su importante papel en el desarrollo de posturas críticas a todo nivel, de la veeduría y la denuncia ciudadana, de la lucha anticorrupción y el fortalecimiento de las instituciones sociales.

Este artículo se orienta, pues, a explorar la relación entre estas dos formas de competencias de carácter estratégico, de forma que con un análisis riguroso sea factible allegar un conocimiento validable sobre diversas experiencias ciudadanas que, en nuestro país, propugnan por hacer de la comunicación y la televisión espacios de encuentro, mediación y reconocimiento social, y también de promoción de las iniciativas y demandas que los distintos sectores sociales aspiran a inscribir como indicadores de la presencia ciudadana en el funcionamiento de la democracia colombiana.

Una televisión de calidad conllevaría entonces el uso consciente de éstas y otras competencias a nivel individual y colectivo para negociar y concertar los esquemas predominantes tanto en el ejercicio del poder político (García Canclini, Sunkel) como en los esquemas de la participación social y el intercambio cultural.

ABSTRACT

The democratic societies face decisive challenges to assure their permanency. One of these challenges is to assure fair and equal balance in the access from the population to the information.

A television of quality would bear the use different competitions to individual level and community to negotiate the predominant outlines so much in the exercise of the political power as in the outlines of the social participation and the cultural exchange.

DESCRIPTORES/KEYWORDS

Información, estructuras de poder, competencia televisiva, televisión de calidad.
Information, structures of power, television competence, television from quality

Como en el pasado, las sociedades democráticas se enfrentan a retos decisivos para asegurar su permanencia. Uno de estos retos, en la actualidad, es el de asegurar un equilibrio justo y equitativo en el acceso de la población a la información en todos los aspectos que conlleva el manejo de este fenómeno, la producción, la distribución y la valoración de la misma en términos de su función social.

Como es bien sabido, en un mundo dominado por las tecnologías de la información y la comunicación, la televisión ocupa un lugar preponderante en la conformación de los circuitos que constituyen el entramado cultural de las sociedades contemporáneas (Pérez Tornero, Postman, Martín-Barbero, etc.). Ese lugar privilegiado de la televisión en el mundo de hoy, la convierte igualmente en el principal dispositivo para producir y poner información en circulación a nivel masivo. En una operación que al mismo tiempo se convierte en representación de lo acontecido, la televisión construye un discurso por medio del cual, convierte o aspira a convertir sus contenidos en la realidad misma (Vilches, Ferrés).

Ante la circunstancia descrita se impone en el mundo científico y académico la necesidad de desarrollar, a través de la investigación, un saber crítico y sistemático sobre este medio y sobre el dispositivo funcional que hace posible su omnipresencia en los diferentes planos de la vida social. Esta tarea se ha desplegado de modo eficiente en distintos espacios geográficos y con distintas perspectivas teóricas, a partir de las cuales se han entablado fecundos diálogos alrededor de la televisión y su impacto en la mentalidad de las gentes.

Pero como ese hacer de la televisión va más allá de las fronteras institucionales y de la vida escolar, sus implicaciones a nivel ideológico y político en la cotidianidad de los distintos grupos sociales se torna relevante y decisiva a efecto de examinar por un lado, y fortalecer y ampliar por otro, los canales de la interacción y de la organización democrática de estas sociedades. A través de su discurso, la televisión promueve y ofrece un amplio caudal de representaciones sociales (Giroux, Bourdieu,) que se convierten en elementos vertebradores del conocimiento socialmente compartido por los grupos de población que haciendo uso del mismo, también actúan o se desempeñan como ciudadanos en ejercicio.

Lo que resulta fundamental en este proceso es el carácter asimétrico que adquiere el contacto con la información, el modo de procesarla y hacerla circular, dado que los medios en general y la televisión en particular están adscritos a estructuras de poder y a intereses de tipo económico y político de índole particular; intereses cada vez más comprometidos con el mercado y la dinámica del capital global, y secundariamente con las necesidades y reivindicaciones de las diferentes comunidades ciudadanas.

Ante esta situación se ha convertido la demanda en una *televisión de calidad* en una clara reivindicación ciudadana con amplias implicaciones a nivel ideológico, político y cultural. La televisión es un escenario privilegiado para construir o reconstruir el tejido social de las democracias contemporáneas, para fortalecer la dinámica de la sociedad civil en su conjunto y vigorizar con esto el despliegue de una ciudadanía activa, crítica y participativa alrededor de los problemas públicos de una nación.

La competencia ciudadana se hace inseparable de la competencia televisiva (Pérez Tornero, Orozco, Aguaded) en cuanto son elementos que dan cuenta de una conciencia colectiva cualificada frente a los problemas concretos de la cotidianidad compartida, de ahí las ligas de usuarios de medios y de televisión y su importante papel en el desarrollo de posturas críticas a todo nivel, de la veeduría y la denuncia ciudadana, de la lucha anticorrupción y el fortalecimiento de las instituciones sociales.

Este artículo se orienta, pues, a explorar la relación entre estas dos formas de competencias de carácter estratégico, de forma que con un análisis riguroso sea factible allegar un conocimiento validable sobre diversas experiencias ciudadanas que, en nuestro país, propugnan por hacer de la comunicación y la televisión espacios de encuentro, mediación y reconocimiento social, y también de promoción de las iniciativas y demandas que los distintos sectores sociales aspiran a inscribir como indicadores de la presencia ciudadana en el funcionamiento de la democracia colombiana.

Una *televisión de calidad* conllevaría entonces el uso consciente de éstas y otras competencias a nivel individual y colectivo para negociar y concertar los esquemas predominantes tanto en el ejercicio del poder político (García Canclini, Sunkel) como en los esquemas de la participación social y el intercambio cultural.

1. Competencia televisiva y construcción de ciudadanía

De acuerdo a lo expuesto previamente, el énfasis del problema se ha colocado en torno al medio como tal, al carácter de sus contenidos, los estilos y formatos, las líneas de producción, las temáticas, etc. así mismo, se ha cifrado la posibilidad de una televisión de calidad en el despliegue de una crítica sistemática a la naturaleza y funcionalidad del medio, es decir, la calidad estaría directamente ligada a los cambios que desde el ejercicio de la crítica pudieran operarse en el medio.

Nuestro planteamiento, que de alguna manera involucra la necesidad de un giro fundamental en el planteamiento y análisis de la problemática suscitada en torno a una televisión de calidad, es que se reoriente el énfasis de la acción y la investigación al conjunto de actividades y factores que intervienen en la conformación del dispositivo mental y cultural del televidente, tanto en su condición de usuario como en su calidad de ciudadano, de forma que se haga ostensible el proceso por el cual dicho ciudadano se hace una determinada idea, adecua una cierta mentalidad frente al medio y desde ahí asume una forma de relación con el mismo.

Sabemos suficientemente que este cambio de énfasis (desplazar la atención en el análisis desde el medio hacia el televidente) no es algo nuevo, puesto que ya toda la propuesta de la recepción activa privilegió el análisis de las audiencias, los usos y apropiaciones que de los mensajes del medio realizan aquéllas, y en general la serie de mediaciones diversas que intervienen entre medio y receptor para que se lleve a efecto el consumo y la negociación que ocurre a lo largo del proceso comunicativo.

Lo que si nos parece novedoso en algún grado es que, en el contexto actual (y específicamente en el contexto de la sociedad colombiana), hacer recaer el énfasis en las actividades y la mentalidad del televidente en las operaciones y modos de representación que utiliza para relacionarse con el medio, en el sentido y valor que le atribuye a los mensajes y contenidos que circulan por el medio; este énfasis permitiría una aproximación al entorno social, al contexto de uso y apropiación de la televisión ligada a las prácticas sociales que median la construcción cotidiana de sentido, la representación de nación, los imaginarios colectivos sobre presente y futuro, los valores y motivaciones a los que individuos y grupos para sentirse representados en el mundo social y ser al mismo tiempo partícipes del ordenamiento democrático institucional.

Esta perspectiva se aproxima al planteamiento general con el que algunos autores (Vattimo, Lyotard, Touraine) suelen caracterizar al sujeto, y a la cultura, en una época identificada como de postmodernidad. A la crisis de los grandes discursos y utopías, se corresponde la figura de un «sujeto débil», entendido como aquel individuo que para vivir, o para ser habitable la cotidianidad no requeriría de esos grandes compromisos, de esas enormes y pesadas responsabilidades, de esos ideales casi heroicos, y proyectos trascendentales y de grandes alcances con que la tradición occidental (la modernidad) había

sobredeterminado al sujeto moderno.

Bien leído esto queda una sensación de «ligereza» al identificar al sujeto de hoy; pero como señala concretamente Vattimo, de lo que se trata es de aceptar que la existencia humana es dignificable desde horizontes concretos, muy ligados a la experiencia, a la rutina que enmarca la cotidianidad ciudadana y desde la cual se puede vivir decentemente sin la preocupación, o la carga de culpabilidad que subyace al modelo de sujeto moderno. Esta situación puede alimentar, según parece una situación social en la que los valores colectivos y el propio sentido de lo público o se esfuman literalmente o se minimizan hasta el punto que en la práctica se tornan irrelevantes o secundarios (es aquella situación en la que lo primero y prácticamente lo único que cuenta es la supervivencia, el acomodo individual de cada quien, quedando muy en el fondo la dimensión social de los conflictos de los problemas y expectativas que copan la atención del ciudadano común y corriente).

De ahí proviene en gran medida la crisis, sino no de civilidad, si de legitimación política de las instituciones democráticas en nuestra sociedad. A un estado que históricamente no se reconoce por su fortaleza institucional o su capacidad de presencia en los distintos ámbitos geográficos y sociales del país, lo acompaña un déficit marcado de participación de las grandes mayorías en la toma de decisiones y la formulación de políticas encaminadas a orientar lo público. De ahí precisamente el que en 1991 se diera la urgencia inaplazable de redefinir la carta constitucional de los colombianos afín de tratar de superar el escollo planteado y promover el desarrollo de una democracia verdaderamente social y participativa. Pero este principio, implícito en el espíritu de la ley, requiere una materialización efectiva a nivel práctico con hechos y fenómenos que haga realidad la participación de amplios sectores de la sociedad.

Nos referimos a la necesidad que en el país se eleven los coeficientes de ciudadanía como garantía de la real legitimidad de las instituciones democráticas que rigen el destino de la colectividad. A ello debe contribuir la educación, la política pública de impulso a la cultura ciudadana, y a ello deben contribuir de manera decidida los medios de comunicación entendidos como escenarios estratégicos para el encuentro social alrededor de temas y problemas de interés público. Esta ha sido una preocupación permanente expresada en diversos eventos, alrededor de los medios masivos de comunicación, especialmente la televisión. Incluso, como ya se observó, ha predominado el planteamiento de que en gran medida la inercia y el desinterés ciudadano por lo público dependen de cierta ligereza, frivolidad e irresponsabilidad social de los medios. Por eso la crítica continúa a su modo de presentar la realidad y de operar bajo patrones muy comprometidos con la lógica del mercado y los intereses empresariales, en desmedro, supuestamente de las auténticas demandas y expectativas colectivas.

Nuestro planteamiento entonces es que esas demandas y expectativas ciudadanas tienen que pasar por un proceso que satisfaga los siguientes indicadores:

- La certeza a nivel individual de que existe la preocupación, como derecho ciudadano por reivindicar el uso de la información y la difusión que de la misma hacen los medios como un bien público al que deben tener iguales condiciones de acceso los diferentes grupos sociales para compartir así mismo deberes y responsabilidades ante lo que es común como ejercicio de ciudadanía.

- Esos individuos aislados tienen que encontrarse en los espacios y escenarios propicios para poder integrar miradas y preocupaciones que coincidiendo sobre algo común, las preocupaciones de la agenda ciudadana les permitan compartir las respectivas preocupaciones acerca de lo que los medios hacen y lo que deberían hacer en aras de la mediación que les son inherentes en el manejo de la información de los temas de interés público. (En esto seguimos experiencias pioneras en América Latina y en otras partes del mundo referidas por autores como García Canclini, Martín Barbero, Orozco, etc)

- Grupos o núcleos o comunidades de apropiación de televisión, provistos de plataformas ideológicas y políticas y de reivindicaciones sociales y culturales claramente expuestas. Serían al mismo tiempo grupos sociales que en ejercicio de ciudadanía se deciden no solamente a aceptar la representación que los medios hacen de su realidad, sino a participar en la toma de decisiones y la formulación de políticas de lo que los medios tendrían que hacer para responder a la demanda social y ciudadana. (En esto coincidimos con planteamientos como los expuestos por autores como Giroux, Ferrés, Pérez Tornero, Aguaded, etc.).

- En esta operación de poner en contacto a individuos y grupos para que se ocupen de problematizar su mundo, su entorno concreto, entendemos que la comunicación alcanza ese grado de plenitud que entraña el concepto en cuanto hace factible la puesta en común el compartir lo que es inherente a una cultura, a una sociedad, a un colectivo. Este tematizar el mundo de la vida, el mundo real del que se nutre la cotidianidad ciudadana y convertirlo en objeto del discurso y de las diversas prácticas comunicativas que median la producción de sentido en estos contextos. Solo así será factible que ese mundo real con el que a diario se enfrentan los ciudadanos colombianos pueda entrar en diálogo o en conflicto con el mundo representado por la televisión, y que al parecer es el único que circula por el medio; ahí sí la comunicación operaría en el doble sentido que le es inherente al concepto como tal.

- Mientras estos grupos o ligas de usuarios de televisión no se apropien de la problemática planteada, en el sentido de comprender que la realidad social, política y cultural siempre es representada de una determinada forma por el accionar de los medios, y que esa representación simbólica debe ser fruto de la respectiva negociación social, política y cultural que garantice la multiplicidad y diversidad de lo colombiano; mientras esto no ocurra el problema concerniente a la televisión de calidad seguirá inscrito en esa especie de círculo vicioso en el que se ha precipitado, como consecuencia de centrar o privilegiar la mirada entorno en lo que hace y muestra la televisión, y no entorno a lo que vive, siente y expresa cotidianamente el ciudadano. No habrá televisión de calidad mientras no haya ciudadanía de calidad, esto es ciudadanía como comunidad de individuos y colectivos provistos de una mirada común entorno al presente y el futuro de este país como nación posible.

Referencias

AGUADED, J.I. (Dir.) (2003): *Lucas en el Laberinto Audiovisual*. Congreso Iberoamericano de Comunicación y Educación. Edu-comunicación, España.

ANDACHT, F. (2003): *El Reality Show: Una perspectiva analítica de la televisión*. Bogotá, Grupo Editorial

Norma.

BRUNER, J. (1997): *La educación puerta de la cultura*. Madrid, Ed. Visor Dis.

BUSTAMANTE, B. y ARANGUREN F. (2005): *Modelo pedagógico de competencia televisiva*. Bogotá, Universidad Distrital.

CARBÓ, E. (2001): *¿Guerra Civil? El lenguaje del conflicto en Colombia*. Colombia, Alfaomega.

COMUNICAR (1995, 1996 y 1998): *Revista de medios de comunicación*, 5, 6 y 13. Huelva, Grupo pedagógico Andaluz «Prensa y Educación».

FERRÉS, J. (2000): *Educar en una cultura del espectáculo*. Barcelona, Ed. Paidós.

FREIRE, P. (2002): *Pedagogía de la esperanza*. México, Siglo XXI editores, 5ª edición.

FREIRE, P. (2002). *Pedagogía de la autonomía, saberes necesarios para la práctica educativa*. México, Siglo XXI Editores, 7ª edición.

FUENZALIDA, V. (2002): *Televisión abierta y audiencia en América Latina*. Argentina, Grupo Editorial Norma.

GARCÍA CANCLINI, N. (1995): *Consumidores y ciudadanos*. México, Grijalbo.

GIROUX, H. (1992): *Teoría y resistencia en educación*. México, Siglo XXI editores, 1ª edición en español.

GIROUX, H. (1997): *Cruzando límites: Trabajadores culturales y políticas educativas*. Barcelona, Ed. Paidós.

HABERMAS, J. (1987): *Teoría de la Acción Comunicativa*. Madrid, Taurus Ediciones, 4ª edición.

HINKELAMMERT, F. (2002): *El retorno del sujeto reprimido*. Bogotá, Universidad Nacional De Colombia; Colección Pensamiento de Liberación en América Latina.

MARTÍN-BARBERO, J. (2001): *La educación desde la comunicación*. Bogotá, Ed. Norma.

MORDUCHOWICZ, R. (2003): *Comunicación, medios y educación. Un debate para la educación en democracia*. Barcelona, Octaedro.

OROZCO GÓMEZ, G. (1996): *Televisión y audiencias*. Madrid, Ed. de la Torre.

PALIMPSESTO. (2002): *Revista de la Facultad de Ciencias Humanas*, 2. Bogotá, Universidad Nacional De Colombia.

PÉREZ TORNERO, J.M. (1994): *El desafío educativo de la Televisión*. Barcelona, Ed. Paidós.

PÉREZ TORNERO, J.M. (Comp.) (2000): *Comunicación y Educación en la sociedad de la Información*. Barcelona, Ed. Paidós.

QUIROZ, M.T. (2003): *Aprendizaje y comunicación en el Siglo XXI*. Colombia, Grupo Editorial Norma.

SIGNO y PENSAMIENTO (1999): *Revista del departamento de Comunicación*, 34. Facultad de comunicación y Lenguaje. Pontificia Universidad Javeriana. Volumen XVIII.

SUNKEL, G. (2001): *La prensa sensacionalista y los sectores populares*. Bogotá, Grupo Editorial Norma.

VATTIMO, G. (1990): *Mas allá del sujeto*. Barcelona, Gedisa.

VATTIMO, G. (1995): *La sociedad transparente*. Barcelona, Ed. Paidós.

VILCHES, L. (1989): *Manipulación de la información televisiva*. Barcelona, Ed. Paidós.

Borys Bustamante y **Fernando Aranguren** son profesores de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas (Bogotá-Colombia) (borysbb@hotmail.com) (fernaranguren@hotmail.com).