
“Cinco estrategias para un modelo de televisión comunitaria: una perspectiva desde la experiencia colombiana”

Por Lizandro Angulo Rincón
Iñaki Zabaleta Urquiola

1 Abstract

Este trabajo estudia la programación de una muestra representativa de televisiones comunitarias de Colombia, utilizando el método del análisis de contenidos. Los resultados permiten hacer aportaciones para un “Modelo de televisión comunitaria”, integrado por los componentes de la participación, el desarrollo humano, la programación, las alianzas estratégicas y la proyección, que estimule las capacidades comunicativas y expresivas de las comunidades y contribuya al mejoramiento de sus condiciones de vida.

2 Palabras clave

Modelos de televisión, comunidad y desarrollo.

3 Introducción

En este artículo presentamos algunas aportaciones para la construcción de un modelo de televisión comunitaria, que permita incorporarse a una estrategia integral de desarrollo de los pueblos. Hemos tomado como objeto de estudio a la televisión comunitaria porque su filosofía consiste en democratizar la labor informativa y comunicativa, de modo que la audiencia participe activamente en la elaboración de los programas y en el control y gestión del medio de comunicación para la consecución de metas colectivas.

El modelo se sustenta en la interacción armónica de cinco componentes, la *participación*, la *programación*, las *alianzas estratégicas*, el *desarrollo humano* y la *proyección*, para buscar un funcionamiento “casi ideal” de la televisión comunitaria en los actuales momentos caracterizados por la globalización, la influencia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y el activismo de movimientos sociales que abogan por la igualdad de género, la protección y conservación del medio ambiente, el pacifismo y la superación de las desigualdades sociales.

Los modelos de televisión suelen estudiarse haciendo hincapié en los aspectos legales (horarios de programación, tiempo destinado a los anuncios, objetivo de la programación). Por su parte, autores como Gumucio (2002 y 2006) y Cebrián (2003) investigan los modelos de las televisiones estatal, comercial y comunitaria desde una perspectiva crítica, para adecuarlos al enfoque del servicio público.

Este trabajo aborda el modelo de televisión comunitaria desde otra perspectiva. No sólo se detiene en los aspectos legales o en el estudio crítico del modelo sino también propone

alternativas conceptuales para que el medio de comunicación contribuya a desarrollar las capacidades comunicativas y expresivas de las comunidades, y a mejorar sus condiciones de vida mediante una programación educativa y cultural. El estudio se centra en el análisis de una muestra representativa de televisiones comunitarias de Colombia en el área de la programación, para lo cual se utiliza el método del análisis de contenidos. Los resultados permiten conocer el estado actual de este tipo de televisión en Colombia y, principalmente, sentar las bases para la construcción de un modelo de televisión comunitaria que le permita funcionar en los momentos actuales, dándole una participación real y efectiva a la audiencia en todo su proceso de producción, realización, control y gestión.

4 Corpus teórico

Investigación sobre modelos de televisión. Usualmente cada país configura su propio sistema nacional de televisión según el origen y destino de la señal, en función de los usuarios, según la tecnología de transmisión, según su cubrimiento territorial y según la orientación general de la programación. Este estudio examina el criterio según la orientación general de la programación, pues en él encontramos los modelos de la televisión comercial y la televisión de interés público, social, educativo y cultural, los cuales son los principales referentes para el surgimiento del modelo de televisión comunitaria (Gumucio, 2002).

La televisión de interés público propone una programación orientada a satisfacer las necesidades educativas y culturales de la audiencia. Esta última suele ser desarrollada por los Estados, y para su mantenimiento suele comercializarse o recibir subvenciones públicas, o combinar ambas modalidades de financiación; mientras que la televisión comercial posee una programación destinada a la satisfacción de los hábitos y gustos de los televidentes, con ánimo de lucro, sin que esta clasificación excluya el propósito educativo, recreativo y cultural.

La televisión estatal poseyó el monopolio del espacio electromagnético para la transmisión de imágenes con la producción de programas educativos y culturales que resaltaban los valores nacionales. El monopolio llegó a su fin en la década de los 80 con la crisis del modelo y la entrada de la iniciativa privada interesada en incursionar en el negocio de los medios de comunicación. La crisis del modelo tuvo un origen conceptual y económico. Conceptual, porque las imágenes que se transmitían reflejaban los intereses y costumbres de las capitales y las grandes ciudades, marginando la cultura de la periferia, de las pequeñas poblaciones y de sus gentes. La televisión estatal también se constituyó en el altavoz de los planes gubernamentales, en el arma mediática de dictaduras y gobernantes que emplearon las imágenes a su antojo para

perpetuarse en el poder. Económico, porque ha sido económicamente inviable debido a que desde su puesta en funcionamiento se burocratizó, a tal punto que ha resultado extremadamente oneroso pagar nóminas y mantenimiento.

Para Zabaleta et al. (1998) la televisión comunitaria guarda semejanza con la estatal en que ambas tratan temas referentes a la esfera pública, pero la comunitaria representa una esfera pública heterogénea, con múltiples actores, sin hallar un grupo preponderante que defina lo que es racional en la opinión pública. En cambio la televisión estatal hace televisión estándar, con una opinión pública idealizada, y representada como uniforme, homogénea y racional. La televisión comercial, por su parte, nace de las debilidades de la televisión estatal, de la consecuente desregulación del sector a finales de los 80 y, por supuesto, de las presiones de los conglomerados económicos que desean incursionar en el negocio de la televisión.

Al comienzo, la televisión comercial apuesta por una programación con contenidos educativos y culturales, pero el surgimiento sin control de muchos canales fue reduciendo la participación de las empresas en la torta comercial, lo que significó la metamorfosis de una programación más cultural a otra ligada al entretenimiento y al consumo, si bien con menos criterio social pero más barata y lucrativa. Los nuevos canales así concebidos se suman a la corriente que profesa la uniformidad y el pensamiento único promovido por el neoliberalismo (Chaparro, 2002).

Frente a este panorama, la televisión comunitaria se desarrolla como un discurso contrahegemónico, que quiere construir otra globalización mediante una programación local más educativa y cultural. Su interés no es conseguir altas audiencias con imágenes sensacionalistas, sino crear capital social para que las comunidades desarrollen sus capacidades expresivas y se nutran con contenidos orientados a mejorar su calidad de vida.

Modelos de televisión comunitaria. Según Chaparro (2002) el adjetivo *comunitario* ha terminado por imponerse sobre los de alternativo, popular, asociativo, libre, para referirse a la televisión y al resto de medios de comunicación participativos y democráticos.

El concepto de televisión comunitaria se entiende en este trabajo como el medio de comunicación en el que (1) existe una relación dialógica, un intercambio real, efectivo y equitativo entre los que intervienen en el proceso de la comunicación: de ser emisores y receptores se pasa a interlocutores; (2) la comunidad tiene el derecho de participar en todo el proceso de producción; y (3) se producen programas con contenidos locales y muy comprometidos con temas sociales, educativos y culturales. Este tipo de televisión suele

incorporarse formalmente al sistema de televisión de un país aunque también existen experiencias audiovisuales comunitarias que se llevan a cabo sin un reconocimiento legal. La televisión comunitaria está en proceso de expansión en diferentes países. Sin embargo, los modelos más conocidos y desarrollados se encuentran en Canadá, Estados Unidos, Colombia, Brasil, Holanda y Bélgica.

El modelo canadiense. El experimento canadiense comenzó con el *Challenge for Change*, adelantado por el gobierno en 1966 con el propósito de comunicarse con los ciudadanos más necesitados, de conocer sus anhelos y de establecer un contacto directo gobierno-comunidad para aplicar políticas sociales. Este proyecto sentó las bases filosóficas y experimentales para el posterior surgimiento de los canales de acceso público en el mundo (Zabaleta *et al.*, 1998). Hoy las televisiones comunitarias de acceso público en Québec son una tradición, y en el resto del país resalta el trabajo de *City TV* en Toronto, con un formato original de acceso que le ha hecho ganar credibilidad. Canadá ofrece mayor protección a la televisión de la comunidad que los Estados Unidos, gracias al desempeño del *Canadian Radio-Television Corporation* (CRTC) –que es un organismo independiente del poder ejecutivo–, pues todo su trabajo se destina a brindar utilidades a la ciudadanía, velando por sus intereses. El CRTC también interviene para evitar concentraciones y regular un mejor aprovechamiento del sistema emisor para la audiencia. Además, impulsa una mayor pluralidad y garantiza la presencia de colectivos sociales, obliga a los operadores de cable a intervenir el 5% de sus ingresos en contenidos de carácter comunitario y a ceder dos canales locales para estos usos.

El modelo estadounidense. El pionero de la televisión de comunidad en EE.UU. fue George Stoney, cineasta y documentalista, quien en 1971 creó el *The Alternate Media Center* en New York, con el propósito de incentivar la participación de la gente del común en la producción de TV, en especial en la televisión por cable. La televisión por cable, luego de librar una lucha de intereses con la televisión pública estatal en el periodo 1968-1972, puso en marcha y financió el primer canal de acceso público, denominado *Daly City* (Virginia), que sólo duró dos años. La realidad de la televisión comunitaria en EE.UU. es heterogénea, puesto que en algunas ciudades como New York existen trabajos significativos en los que la comunidad se ha apropiado del medio de comunicación; en otras ha perdido intensidad a causa de la debilidad de los mismos movimientos cívicos y sociales y, por ende, sus logros en materia de democratización de la televisión han sido insignificantes.

El modelo colombiano. La televisión comunitaria de Colombia se regía por los Acuerdos 029 del 19 de diciembre de 1997 y el 006 de 1999, los cuales estuvieron vigentes hasta la expedición del Acuerdo 009 del 24 de octubre de 2006. Este último introduce reformas significativas al funcionamiento de las televisiones comunitarias en el país. Fundamentalmente esta norma fusiona los acuerdos 006 de 1996 y el 006 de 1999 con la legislación sobre la distribución de señales incidentales (Comisión Nacional de Televisión¹, 2006). En síntesis, las comunidades organizadas sin ánimo de lucro pueden distribuir señales incidentales y canales codificados y producir sus propios programas con carácter social y comunitario y fines educativos, recreativos y culturales. La Comisión establece que el cubrimiento de la televisión comunitaria abarca un área geográfica continua como los condominios, conjuntos residenciales, conjuntos de barrios, ámbitos rurales aledaños dentro de la misma localidad o municipio unidos por relaciones de vecindad, solidaridad y cooperación mutuas, para lo cual debe servirse de un sistema de cable para que la señal llegue a sus destinatarios.

El modelo brasileño. Es la televisión denominada por suscripción que emplea el cable como medio físico de transmisión. Esta televisión está amparada por la Ley 8.977 del 6 de enero de 1995, luego reglamentada por el Decreto-Ley 2.206 del 14 de abril de 1997, que establece la obligatoriedad de las operadoras de televisión por cable, beneficiarias de la concesión de canales para disponer de seis canales básicos de utilización gratuita en su área de prestación de servicios, en el mismo sentido de los canales de acceso público como son denominados en los Estados Unidos (Peruzzo, 2006). La programación es pluralista y ecléctica; el conjunto de la programación tiene como objetivo central contribuir a la educación, cultura y desarrollo comunitario; buscan el autosostenimiento financiero mediante contribuciones de las entidades asociadas, patrocinios y, eventualmente, por la prestación de servicios; están volcadas a una audiencia amplia y heterogénea; son medios para canalizar la expresión de los resultados de la movilización de las personas en el ejercicio de la ciudadanía; democratizan los medios en el Brasil y no tienen intereses comerciales.

El modelo holandés. Holanda es otro de los países que se ha interesado por la regulación de los medios de comunicación comunitarios. En su territorio hace presencia la *Organisatie van Lokale Omroepen Nederland* (OLON), entidad que agrupa a emisoras de radio y televisión y subvenciona a seis canales que ofrecen los servicios de radiotelevisión de carácter local y

¹ La Comisión Nacional de Televisión es un ente autónomo, encargado de regular el servicio público de la televisión en Colombia.

comunitario. OLON, que surgió en 1974 por iniciativa gubernamental, agrupa a 376 emisoras de comunidades, de las cuales unas 100 brindan el servicio conjunto de radio y televisión y otras 100 hacen lo propio con los servicios de teletexto y prensa online. El modelo holandés estipula que sólo las organizaciones sin ánimo de lucro pueden emitir localmente. Aunque la ley permite que los programas tengan una cobertura municipal, en algunos casos esos espacios pueden ser recibidos en varios municipios. En términos de veeduría y control ciudadano a la programación, “la ley holandesa obliga a la creación de un organismo de participación comunitario, compuesto por representantes de los diferentes sectores sociales, culturales, políticos y religiosos, encargado de establecer y supervisar las líneas generales de programación” (Chaparro, 2002).

El modelo belga. En Bélgica se ha desarrollado un modelo de televisión comunitaria de tipo mixto público-asociativo, que ha sido ejemplo en Europa por su carácter participativo. Al comienzo estos canales se organizaron en forma de red en torno a *Videotrame*, una institución encargada del intercambio de programas y la coproducción. A partir de 1976 y gracias al estímulo gubernamental, el país posee 12 canales definidos como de acceso para los grupos sociales, agrupados en la *Fédération des Télévisions Locales*. En 1987 el marco legal que sustentaba a las televisiones comunitarias belgas sufrió algunas transformaciones, que le permitieron asegurar su papel relevante como medios de información de proximidad. A estos medios se les obliga a tener como objetivos la información, el desarrollo local y la formación, y una producción propia de un tercio del total de las horas emitidas; deben crear un comité de programación y tener un periodista profesional de planta responsable de la información difundida. Estas emisoras de televisión se sostienen con la ayuda pública de la *Communauté Française*, los poderes locales y la publicidad.

5 Cuestiones de investigación e hipótesis

Se decidió establecer cuestiones de investigación debido a la inexistencia de estudios científicos sobre algunos aspectos de la televisión comunitaria. Las cuestiones de investigación son:

(1) ¿Qué géneros de programas son los que predominan en la parrilla de programación de la televisión comunitaria? En otras palabras, cuáles son los programas que se producen con mayor frecuencia; (2) ¿cuáles son los grandes temas y los subtemas que con mayor frecuencia se presentan en los programas informativos de la televisión comunitaria?; (3) ¿cuáles son los contravalores periodísticos (sensacionalismo, generalidad, superficialidad, etc.) y los contravalores de desarrollo humano (guerra, injusticia, destrucción, etc.) que predominan en cada uno de los segmentos u obras audiovisuales de los programas informativos?; (4) ¿la

televisión comunitaria contribuye al desarrollo humano a través de un periodismo diferente, comprometido con las demandas y proyectos comunitarios?; (5) ¿sus lógicas de producción son diferentes de la televisión comercial? Es decir, ¿tiene una forma particular de ver y narrar los hechos?

6 Método

El método que se emplea para estudiar la programación de la televisión comunitaria es el análisis de contenido.

6.1 Análisis de contenidos

Este método se utiliza para estudiar la programación en dos dimensiones: (1) la dimensión de la *parrilla de programación*, para conocer los géneros de programas que allí predominan, y (2) la dimensión de los *programas informativos*, para determinar cuáles son los temas (Qué 1 y Qué 2), géneros periodísticos, y los contravalores periodísticos y de desarrollo humano que se encuentran en los segmentos u obras audiovisuales de este tipo de programas. Entendemos los programas informativos como aquellos que se pueden agrupar en unos géneros o formatos comunes, así: (1) programas de noticias y reportajes; (2) programas dialógicos de entrevistas y debates; y (3) programas combinados que incluyen los dos géneros anteriores (Zabaleta, 2005: 316). Nosotros hemos seleccionado los *noticieros*, *magacines* y *programas de entrevistas* como programas informativos, puesto que cumplen con los criterios mencionados.

La fiabilidad y validez (externa e interna) del método se perfeccionó mediante la realización de una prueba piloto que tuvo lugar en los meses de septiembre y octubre de 2005 en la televisión comunitaria de la Asociación de Usuarios de la Antena Parabólica San Jorge de Ocaña, Colombia.

6.1.1 Definición de universos

Universo de medios de la televisión comunitaria. El universo de medios está comprendido por las 106 televisiones comunitarias de Colombia, con registro legal ante la Comisión Nacional de Televisión de Colombia (CNTV, 2006).

Universo de contenidos de la televisión comunitaria. El universo de contenidos está comprendido por la programación propia de las 106 televisiones comunitarias en Colombia que, con base en el Acuerdo 009 del 24 de octubre de 2006 de la Comisión Nacional de Televisión, están obligadas a emitir programación propia durante un número determinado de horas que depende de la cantidad de asociados y del número de canales codificados que transmita.

Universo temporal de la televisión comunitaria. El análisis de contenidos de la programación de la televisión comunitaria de Colombia comprende un periodo de un año, 12 meses, desde el 2 de noviembre de 2004 al 19 de diciembre de 2005.

6.1.2 Definición de muestras

Muestra de televisiones comunitarias. Se emplean dos tamaños de muestras para el análisis de contenidos de la programación de la televisión comunitaria de Colombia, según se investigue la parrilla de programación o bien los programas informativos.

Muestra para la parrilla de programación: diez estaciones de TV comunitaria: la muestra para el análisis de la parrilla de programación consta de las siguientes diez televisiones comunitarias: (1) Asociación de Usuarios Comunitarios de la Antena Parabólica, San Jorge, de Ocaña (Norte de Santander); (2) Asociación de Copropietarios de La Antena Parabólica de San Gil, Asoparsa, de San Gil (Santander); (3) Asociación para la Producción y Distribución de TV Comunitaria, Asapadiasan, de Bucaramanga (Santander); (4) Asociación de Copropietarios Antena Parabólica de las Comunas del Sur, Acoapacos, de Bucaramanga (Santander); (5) Estación de Televisión Comunitaria Tele Envigado de Envigado (Antioquia); (6) Asociación de Abonados Antena Parabólica del Socorro, Paso TV, del Socorro (Santander); (7) Asociación de Usuarios Copropietarios de TV Comunitaria, Arenales TV, de Girón (Santander); (8) Asociación de Usuarios Paracircunvalar, TV Circuvanlar, de Barrancabermeja (Santander); (9) Asociación de la Antena Parabólica de los Barrios Centrales, Paracentral, de Barrancabermeja (Santander); y (10) Radio Televisión de Pamplona, RTP, (Norte de Santander).

Muestra para los programas informativos: cuatro estaciones de TV comunitaria: la muestra para el análisis de los programas consta de las siguientes cuatro televisiones comunitarias: (1) la Asociación de Usuarios Comunitarios de la Antena Parabólica, Asucap San Jorge, de Ocaña (Norte de Santander); (2) la Asociación de Copropietarios de la Antena Parabólica de San Gil, Asoparsa, de San Gil (Santander); (3) la Asociación de Usuarios Copropietarios de Televisión Comunitaria, Arenales TV, de Girón (Santander) y (4) Radio Televisión de Pamplona, RTP Pamplona (Norte de Santander). Estas cuatro televisiones forman parte del grupo de diez empleado en el análisis de la programación (véase apartado anterior). Para la selección de las cuatro se ha buscado, entre otros criterios, que pertenezcan a cuatro poblaciones de tamaño medio, que no superan los 150.000 habitantes. Este criterio tiene sustento en el hecho de que este tipo de canales “se dan más en ciudades intermedias y municipios pequeños que en las grandes urbes” (Rodríguez, 1998).

Muestra de contenidos. La muestra de contenidos comprende el análisis de programas informativos de los cuatro canales de televisión comunitaria de Colombia anteriormente citados: Asucap San Jorge de Ocaña, Asoparsa de San Gil, Arenales Televisión de Girón, y RTP de la ciudad de Pamplona. Los tipos de programas informativos estudiados son el noticiero, el magacín y el programa de entrevistas de cada uno de dichos canales, los cuales reciben la denominación genérica de "programas informativos" por las razones que anteriormente hemos argumentado.

Muestra temporal. Se emplean dos tipos de muestras temporales de probabilidad: *muestra aleatoria sistemática por semanas compuestas* para la codificación de los noticieros, y *muestra estratificada por meses* para el estudio de los programas magacín y programa de entrevistas. La razón para el empleo de dos tipos distintos de muestras reside en que se trata de contenidos con diferente frecuencia de emisión.

Muestra aleatoria sistemática por semanas compuestas (noticieros): el hecho de que se emplee la sistematización por semanas compuestas evita la "periodización" de los contenidos, riesgo que podría estar presente si se utilizara la muestra aleatoria simple. Por ejemplo, que hubiera demasiados lunes y, por consiguiente, se cargaría el análisis de información deportiva. Así las cosas, para el análisis del contenido de los programas informativos y sus segmentos se ha empleado un tamaño de dos semanas compuestas, formadas por cinco días cada una, incluyendo los informativos de lunes a viernes. Este es un tamaño intermedio a los propuestos por Gebner (1969) y Stempel (1952). Refiriéndonos ahora a la construcción técnica de la muestra, ésta se ha realizado eligiendo aleatoriamente una fecha de inicio, que resultó ser el 2 de noviembre de 2004. A partir de ese momento, con el objeto de evitar el artefacto de la periodicidad, se construyeron dos semanas compuestas empleando el intervalo "n" de 29 días, lo que aseguraba que los días de la muestra se extendieran por todo el año.

Muestra estratificada por meses: para el estudio de los programas magacines y de entrevistas no era conveniente el uso de la muestra de semanas compuestas puesto que la frecuencia de tales programas es variable en las distintas televisiones. Ante esta situación, se considera que metodológicamente lo más correcto es la utilización de la muestra estratificada por meses, válida en este tipo de situaciones. El diseño teórico de las muestras se hizo a partir de los siguientes criterios: un programa bimestral o cada dos meses, de modo que con una muestra de seis

programas alternado de dicha forma abarcáramos todo el año, partiendo de diciembre de 2004 hasta diciembre de 2005.

Fiabilidad intercodificadora y validez. Siguiendo con los criterios estrictos del análisis de contenidos, se realizó una prueba de fiabilidad intercodificadora, consistente en que varios codificadores independientes codificarán una muestra del contenido televisivo, con el fin de que hubiera una consistencia y coherencia científicas. Para ello se empleó la fórmula de fiabilidad de Holsti (1969). $Fiabilidad = 3M / (N1 + N2 + N3)$, donde M es el número de decisiones codificadoras en las que coinciden los codificadores (en este caso tres) y N el número de codificaciones realizadas por cada uno de ellos. N1 es el autor y N2 y N3 son dos codificadores independientes. De acuerdo con la literatura internacional, se considera que si existe una coincidencia igual o superior al 90%, las definiciones operativas y el proceso codificador son fiables. En este caso, la prueba de fiabilidad tras el análisis de una muestra del estudio piloto efectuada a la programación de la Asociación de Usuarios de la Antena Parabólica San Jorge de Ocaña (Asucap San Jorge) y, después de los oportunos ajustes definitorios de las categorías, se obtuvo un índice de fiabilidad en torno al 93%.

7 Resultados

Los resultados del análisis de contenidos de la programación se refieren a dos niveles: (1) El género de programa que se encuentra en la programación de la televisión comunitaria y (2) Los grandes temas (Qué 1) y subtemas (Qué 2), los macrogéneros periodísticos y los contravalores periodísticos y de desarrollo humano que predominan en los segmentos u obras audiovisuales de los programas informativos (noticieros, magacines y programas de entrevistas) de la televisión comunitaria.

Tipo de programa de la televisión comunitaria. El tipo de programa que predomina en las parrillas de programación es el *cultural* (43.2%). Hay que tener en cuenta que esta categoría abarca los temas educativos, científicos y culturales (artes y entorno humano). También son frecuentes los programas informativos: *magacín* (14.4%), *programa de entrevistas* (9.6%) y *noticiero* (7.2%). La tabla 1 muestra otros porcentajes, algunos significativos, sobre otros géneros de programas.

Tabla 1. Tipo de programa

N= 128 programas de las 10 TV comunitarias.

Grandes temas de los programas informativos de la televisión comunitaria de Colombia (Qué 1). Los programas informativos dan prelación a tópicos relacionados con la *política* (41,4%) y la *cultura* (26,8%). El tema del *orden público* sólo está presente en los noticieros (5,2%) y en los programas de entrevistas (4,2%). El tema de *espectáculos* sólo aparece en noticieros (5,7%) y magazines (7%). La política, como se observa en la tabla 2, tiene un peso sustancial en los contenidos de los programas informativos, en especial en los noticieros (46,8%).

Tabla 2. Grandes temas de los programas informativos

N= 574 segmentos de los programas informativos.

Subtemas de los programas informativos de la televisión comunitaria de Colombia (Qué 2). Los programas informativos producen más segmentos relacionados con lo *gubernamental* (24,3%) y lo *comunitario* (17,1%), ambos pertenecientes a la categoría de política. Esto supone que los temas de las comunidades y sus protagonistas no alcanzan la misma importancia que se les da a los temas de la política estatal u oficial y a sus protagonistas (políticos). Dentro de la categoría cultura, el subtema que predomina es el *educativo* (12,6%).

Tabla 3. Subtemas de los programas informativos

N= 574 segmentos de los programas informativos.

Macrogénero empleado en los programas informativos de la televisión comunitaria de Colombia. En los programas informativos predomina la *noticia* (68,9%) y la *entrevista* (11,1%), dentro del macrogénero información. El *reportaje* y la *crónica*, géneros con los que se permite amplitud de detalles, presentan valores ínfimos (4,7% y 1,9%, respectivamente). El *comentario* (2,9%) y la *encuesta* (2,7%), ambos dentro del macrogénero opinión, son los únicos géneros que tienen alguna representación en los programas informativos. El macrogénero de educación sólo está representado por la *telelección* (0,8%). Por tanto, la noticia es el género predominante, debido quizás a que a los periodistas comunitarios ya han mecanizado su elaboración y, por tanto, su redacción les resulta más fácil que el reportaje o la crónica, géneros que demandan más tiempo y recursos periodísticos.

Tabla 4. Macrogénero empleado en los programas informativos

N= 574 segmentos de los programas informativos.

Contravalores periodísticos hallados en los programas informativos de la televisión comunitaria de Colombia. Los contravalores periodísticos que con mayor frecuencia aparecen en los programas informativos son el de la *generalidad* (48,2%), entendido como la información vaga e imprecisa, y la *superficialidad* (22,4%), referido al traslado de un tema trascendental al plano trivial. Este fenómeno puede estar relacionado con la producción de muchas noticias cortas, ya que no permiten un mayor grado de profundidad, análisis y contextualización.

Tabla 5. Contravalores periodísticos hallados en los programas informativos

N= 574 segmentos de los programas informativos.

Contravalores de desarrollo humano en los programas informativos de la televisión comunitaria de Colombia. La tabla 6 nos muestra que en los programas informativos se presenta con mucha frecuencia el contravalor de desarrollo humano de la *exclusión* (39%). Este alto porcentaje nos sorprende, puesto que esperábamos que este tipo de programas se esmeraran por dar una mayor participación de los miembros de la comunidad en la producción de los segmentos, dando declaraciones o interviniendo activamente en la elaboración de los contenidos audiovisuales.

Tabla 6. Contravalores de desarrollo humano en los programas informativos

N= 574 segmentos de los programas informativos.

8 Discusión

Características de la programación. La parrilla de programación de la televisión comunitaria tiene dos características relevantes: la primera, es la relativa madurez que está experimentando este tipo de televisión al producir una amplia y variada gama de programas propios. La segunda, es que, a pesar de esa variedad, hay una evidente inclinación por producir programas culturales (43,2%) como lo exige el Acuerdo 09 de 2006 y, en menor proporción, programas informativos, y musicales. De hecho, los magazines representan el 14,4% de la programación, los programas de entrevistas el 9,6%, los noticieros el 7,2% y los musicales el 8,8%.

No obstante, frente a estos resultados, consideramos necesario hacer la siguiente precisión. Si bien es cierto que la televisión comunitaria posee un alto porcentaje de producción de espacios

culturales, este medio audiovisual y la Comisión Nacional de Televisión en parte se equivocan al concebir la cultura, la educación y los temas comunitarios como módulos o espacios que se “desarrollan” independientemente de los informativos, musicales, programas de deportes, etc., ya que consideramos que, si esas áreas humanas se proyectaran como horizontes expresivos que guiaran a toda la programación, se estaría construyendo un lenguaje propio de la televisión comunitaria (Martín-Barbero *et al.*, 2000); es decir, esta televisión tendría una forma particular de ver y narrar los hechos. En otras palabras, nosotros planteamos que el enfoque educativo, que entendemos como la formación de personas autónomas, críticas y propositivas, y el enfoque cultural, como la creación de ciudadanía, esto es, de personas que participan activamente en la vida política, económica y cultural, deben ser transversales a toda la programación. Ello quiere decir que todos los programas, sin importar su género, deben tener este enfoque como principio rector para la elaboración de los contenidos.

Los grandes temas y subtemas de los programas informativos. Los programas informativos suelen darle prioridad al gran tema político (41,4%), especialmente los noticieros con un 46,8%. Sin embargo, los resultados del Qué 2 nos ofrecen un dato significativo: del 46,8% de los segmentos destinados al gran tema de la política, un 24,3% se refiere al tema de la política gubernamental –donde se tienen en cuenta fuentes oficiales y estatales- y un 17,1% al tema de la política comunitaria (proyectos, activismo y problemas de la comunidad). Un análisis detenido en este aspecto, nos permite concluir que los programas informativos de esta televisión tienden a mostrar con mayor frecuencia los *problemas de la comunidad* y, en menor porcentaje, el *activismo* y *las obras comunitarias*. Por tanto, podemos interpretar que la televisión comunitaria no destaca el papel protagónico que tiene la comunidad como gestora y promotora de proyectos que busquen el cambio social, como lo demandan los fundamentos de este tipo de televisión y del desarrollo humano. Por el contrario, hay una inclinación por asociar información comunitaria con las dificultades de las comunidades y con la escasa participación de éstas en las decisiones políticas, económicas y culturales.

Utilización equilibrada de los macrogéneros de información, opinión y educación como referencia para la televisión comunitaria. Un aspecto adicional que influye en la profundización, contextualización y, en general, en la calidad de las obras audiovisuales de los programas informativos, tiene que ver con la utilización de los macrogéneros de información, opinión y educación. En efecto, la interpretación de los resultados del análisis de contenidos a los segmentos de los programas informativos (noticiero, magacín y programa de entrevistas) nos

permiten concluir que la inexistencia de un uso equilibrado de dichos macrogéneros puede estar directamente relacionado con la generación de contravalores periodísticos y de desarrollo humano. En otras palabras, la abrumadora preferencia por la noticia (68,9%) dentro del macrogénero información, y la poca utilización de otros géneros pertenecientes a los macrogéneros de opinión (editorial, comentario, encuesta y crítica) y educación (telelección y lección televisada), pueden estar íntimamente relacionados con una presencia significativa de determinados contravalores periodísticos como los de la generalidad (48,2%), superficialidad (22,4%) y unidireccionalidad (19,1%), y del contravalor de desarrollo humano de la exclusión (39%), la injusticia (6,4%) y la guerra (6,1%). Ello se debe, fundamentalmente, a la brevedad temporal de las noticias, que no permiten la necesaria profundización, y a la ausencia de contraste de fuentes, principio esencial de un periodismo de calidad.

Nosotros creemos que se podría lograr una mayor presencia de valores periodísticos (análisis, contextualización, etc.) y valores de desarrollo humano (participación, justicia, etc.) en los programas informativos por medio del empleo de una estructura flexible de bloques informativos; una presencia equilibrada de los *macrogéneros de información, opinión y educación*; y una mayor participación de fuentes y diversidad de temas. Una forma de lograrlo es por medio de un esquema en el que se busque un uso equilibrado de los macrogéneros de información, opinión y educación, y cuyos contenidos estén orientados bajo los criterios educativos, culturales. Un ejemplo de ese esquema es el siguiente.

Ilustración 1. Estructura de los bloques informativos de un noticiero comunitario

Fuente: elaboración propia

La estructura propuesta plantea la producción de tres bloques informativos, cada uno de los cuales puede elaborarse como *crónica*, *reportaje* o *informe especial*, pertenecientes al macrogénero de la información, con el fin de profundizar y contextualizar los hechos más

relevantes que, desde luego, van al comienzo del noticiero. Un cuarto bloque está destinado a la emisión de una serie de noticias de poca duración en la que se destaque los acontecimientos noticiosos del día. El quinto bloque alternaría entre una *entrevista*, perteneciente al macrogénero de información, y una *encuesta, editorial, crítica y/o comentario*, estos últimos géneros pertenecientes al macrogénero de la opinión. La entrevista serviría para contextualizar aún más el hecho divulgado mediante los géneros de información. Por su parte, los géneros de opinión tendrían la función de brindar más elementos de juicio a la audiencia para que extraiga sus propias conclusiones sobre un hecho determinado. Un bloque final se dedicaría a suministrar información sobre un tema de interés con una intencionalidad netamente formativa. Para ello, el medio emplearía un método didáctico, como el que aportan los géneros de *telelección o lección televisada*, del macrogénero de educación, en el que la audiencia participe de manera activa respondiendo a preguntas, proponiendo temas y, en algunos casos, produciendo directamente los contenidos.

Propuesta de modelo de televisión comunitaria para el desarrollo humano. Al estudiar toda la información proveniente de diferentes autores y, especialmente, de nuestro análisis de la televisión comunitaria, creemos conveniente proponer un modelo de televisión comunitaria que tenga en cuenta los fundamentos del desarrollo humano. La intención no es otra que la de proponer un funcionamiento casi ideal de este medio audiovisual, gracias a la interacción armónica de cinco componentes (el de la participación, programación, desarrollo humano, alianzas estratégicas y la proyección) en un contexto sociocultural determinado. Creemos que el modelo tiene un carácter universal y puede, por tanto, aplicarse a otros contextos siempre que se le realicen los ajustes pertinentes. A continuación explicaremos la forma como funciona cada uno de los componentes.

Ilustración 2. Modelo de televisión comunitaria para el desarrollo humano

Fuente: elaboración propia

El componente de la participación. La participación se concibe en forma integral, esto es, que la gente se implique en todo el proceso de producción de la televisión comunitaria (Berrigan, 1981). Este componente está integrado por: **El acceso.** Esta etapa implica la existencia de una fecunda y permanente interacción entre los productores y la comunidad en la definición y elaboración de los contenidos y el derecho a formular comentarios, sugerencias y críticas. **La intervención activa.** La intervención activa opera en tres niveles: (1) en la organización o adopción de decisiones, lo cual significa que la comunidad participa en la dirección, administración, financiación y veeduría de las organizaciones de televisión comunitaria; (2) en la producción y realización televisiva para que la comunidad produzca y realice programas y disponga de instalaciones y recursos y medios técnicos audiovisuales; (3) y en la planificación del canal comunitario, que entraña el derecho de la comunidad a contribuir en la formulación de planes administrativos y de comunicación del canal. **La autogestión.** Es una forma avanzada de participación que supone la oportunidad y capacidad de la comunidad de gestionar recursos de todo tipo, como económicos y tecnológicos. **La formación.** La comunidad tiene derecho a disponer de ayuda profesional para llevar a cabo las funciones de producción y realización de programas, veeduría, planificación y autogestión del canal comunitario.

El componente de la programación. En este componente, la televisión comunitaria actúa como productora de programas locales, con una orientación educativa y cultural y que persiga la rentabilidad social de la audiencia (Gumucio, 2002). El enfoque educativo y cultural –como ya hemos dicho– se entiende como los horizontes expresivos que guían toda la producción de los programas y no como simples espacios delimitados por horarios, fechas o módulos en los que se

transmite información referida a la educación y la cultura (Martín Barbero *et al.*, 2000). La rentabilidad social de las audiencias supone que los telespectadores cambien su forma de pensar, comprendan de manera amplia de los fenómenos sociales, políticos, culturales y económicos (Cebrián, 2003), y actúen como comunidad en la consecución del mejoramiento de la calidad de vida (Chaparro, 2002).

El componente de las alianzas estratégicas. Con este componente se pretende que la televisión comunitaria establezca relaciones de cooperación con instituciones gubernamentales y no gubernamentales, con el objeto de sumar y coordinar esfuerzos que conduzcan al mejoramiento de las condiciones de vida de la comunidad (Beltrán, 1993). Este componente es relevante si se tiene en cuenta que los medios de comunicación sólo se convierten en herramientas eficaces para acometer transformaciones sociales, siempre que estén acompañados de cambios en la estructura política, económica y cultural de las naciones y estén articulados armónicamente a proyectos de diversa índole (Alfaro, 2000).

El componente del desarrollo humano. La televisión comunitaria tiene en cuenta los principios del desarrollo humano (endógeno, sostenible) y los lleva a la práctica mediante la potenciación de las acciones locales, esto es, estimulando las capacidades comunicativas y expresivas de la comunidad para hacerse cargo del canal comunitario y para liderar y realizar cambios estructurales de beneficio común.

El componente de la proyección. La televisión comunitaria aprovecha las ventajas de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), para (1) darse a conocer nacional e internacionalmente (Casadiego y Gómez, 2002); (2) para fortalecer la participación de la comunidad a través de mecanismos interactivos; y (3) para ofrecer servicios de valor agregado si cuenta con la red adecuada y con la autorización de la entidad competente. La televisión comunitaria también se proyecta efectuando programas de formación en alfabetización en medios en escuelas (Ferrés, 1995).

9 Conclusión final

Este estudio puede sugerir que la televisión comunitaria no permite un acceso real y efectivo de las comunidades en la producción de sus segmentos u obras audiovisuales, ni realiza un periodismo de calidad que promueva el cambio social. Algunos resultados pueden avalar el argumento antes expuesto. Por ejemplo, que el 39% de los segmentos de sus programas informativos predomina el contravalor de desarrollo humano de la *exclusión*, que en el 48,2% de

los mismos se presenta el contravalor periodístico de la *generalidad*, y que aún no ha desarrollado una forma particular de ver y narrar los hechos. Nosotros, no obstante, consideramos que a pesar de las fallas detectadas, la televisión comunitaria, dado su carácter participativo, puede estimular las capacidades comunicativas y expresivas de las comunidades y mejorar sus condiciones de vida, mediante una programación educativa y cultural. Por eso hemos hecho algunas aportaciones para un "Modelo de televisión comunitaria" que se integre al desarrollo humano de los pueblos. Modelo que pretende promover otra globalización más humana, que tenga en cuenta las potencialidades locales y sea una alternativa a los modelos de la televisión estatal y comercial donde prevalece la producción de programas orientados hacia la defensa de las políticas gubernamentales, el consumo y el entretenimiento.

10 Bibliografía

Alfaro, Rosa María (2000). "Culturas populares y comunicación participativa: en la ruta de las redefiniciones". En Razón y Palabra, 18. [<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n18/18ralfaro.html>, consultado el 24 de marzo de 2006].

Berrigan, Frances J. (1981). La comunicación comunitaria. Cometido de los medios de comunicación comunitaria en el desarrollo. UNESCO, Estudios y Documentos de Comunicación Social, nº 90.

Casadiego, Benjamín y Gómez, Ricardo (2002). Carta a la tía Ofelia. Siete propuestas para un desarrollo equitativo con el uso de nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Editado por el Centro Internacional de Investigaciones para el desarrollo, CIID, IDRC, Canadá, con el apoyo PAN Américas, Raíces Mágicas y Soluciones Prácticas para la Pobreza.

Cebrián, Mariano (2003). Análisis de la información audiovisual en las aulas. Editorial Universitas, Madrid (España).

Comisión Nacional de Televisión de Colombia (CNTV) (2006). "Operadores del servicio de televisión comunitaria autorizado". [www.cntv.gov.co, consultado el 26 de septiembre de 2006].

Chaparro, Manuel (2002). Sorprendiendo al futuro. Comunicación para el desarrollo e información audiovisual. Los libros de la frontera (comunicación), Barcelona, España.

Real Academia Española (2001). Diccionario de la lengua española / Real Academia Española-- [22ª ed.]-- Madrid; Espasa Calpe.

Ferrés, Joan (1995). *Televisión y educación*. Editorial Paidós, impreso en Hurope S.L., Barcelona, España.

Gerbner, G. (1969). *The television world of violence*. En D. Lange, R. Baker y S. Ball (eds.), *Mass media and violence*. Washington, DC: U.S. Government Printing Office.

Gumucio, Alfonso (2006). "Arte de equilibristas: la sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios". [www.comunica.org/onda_rural/docs/gumucio.doc, consultado el 26 de mayo de 2006].

- (2002). "La TV Comunitaria: Ni pulpo, ni púlpito: palpito". [www.geocities.com/agumucio/artTelevisionComunitaria.html, consultado el 26 de mayo de 2006].

Holsti, O (1969). *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*, Reading (Massachusetts, EE. UU.): Addison-Wesley.

Martín-Barbero, Jesús; Rey, Germán y Rincón, Omar (2000). "Televisión pública, cultural, de calidad" *Revista Gaceta*, 47. Bogotá. Ministerio de Cultura, pp. 50-61.

Peruzzo, Cecilia M. (2006). "Televisión comunitaria en el Brasil: aspectos históricos". [www.eca.usp.br/alaic/boletin8/cicilia.doc, consultado el 8 de mayo de 2006].

Rodríguez, Enrique (1998). "Algunas anotaciones para una posible historia de la televisión local y comunitaria en Colombia". En Darío Ángel Pérez (compilador): *Señales de humo. Panorama de la televisión local y comunitaria en Colombia*, por Fundación Social y CINEP. N° 1, Santafé de Bogotá, Colombia, pp. 13-22.

Stempel, G. H. (1952). Simple size for classifying subject matter in dailies. *Journalism Quarterly*, 29, pp. 333-334.

Zabaleta, Iñaki (2005). *Teoría, técnica y lenguaje de la información en televisión y radio. Sistemas analógicos y digitales*. Editorial Bosch S.A., comunicación. Impreso en Barcelona, España.

- Xamardo, Nicolás; Peñafiel, Carmen y Agirreazaldegí, Teresa (1998). "La televisión de acceso público por cable y el euskara: un futuro compartido". *Zer, Revista de estudios de comunicación*, 5, pp. 95-119.