

LA TELEVISION REGIONAL: UNA OPORTUNIDAD PARA LA FACULTAD DE EDUCACION

Por: *Alvaro Avendaño*
 Profesor Titular
 Universidad Surcolombiana

1. LA COMUNICACION

La realidad hoy está mediada por la televisión y los medios de comunicación. Para nuestros niños es más cotidiano y familiar zonas como el Urabá, ciudades como Washington, que el fértil valle de nuestro vecino Palermo o el municipio de Paicol: La información produce un debilitamiento de lo real a medida que a través de ella se realiza el contacto con el mundo real³²

Pero la comunicación, que esencialmente es de doble vía, ha dejado de tener ese carácter público que hace posible la negociación de las comunidades y el poder central o local. Por ello el desafío actual de la comunicación es el de constituirse en un proyecto capaz de ligar el desarrollo de la comunicación al fortalecimiento y ampliación de las formas de convivencia ciudadana³³. Los medios de comunicación deben ser vistos como agentes socializadores y la COMUNICACIÓN misma debe ser definida como ESPACIO PUBLICO estratégico³⁴

2. COMUNICACION, IDENTIDAD Y CULTURA

G. Geerts entiende la cultura como un documento activo y público descifrable y formado por redes de significaciones³⁵. Para los especialistas las costumbres, estética, religiones, creencias conforman un texto, mientras que la cultura es un vocabulario a través del cual se leen-se interpretan-esos textos³⁶

Por otra parte la Identidad cultural es la forma como el habitante de la ciudad interpreta a diario la vida fragmentada e híbrida de la ciudad, los nuevos modos de

³² Martín Barbero, Jesús. *Pensar la sociedad desde la comunicación*. 1991

³³ Martín Barbero, Jesús. *Pensar la sociedad desde la comunicación*. 1991

³⁴ Martín Barbero, Jesús. *Pensar la sociedad desde la comunicación*. 1991

³⁵ Rey, Germán. *LOS INSTRUMENTOS DE LA LEVEDAD*. CINDE. Lenguaje, comunicación y desarrollo humano. Unidades especializadas. serie postgrado. Neiva. 1994.

³⁶ Rey, Germán. *LOS INSTRUMENTOS DE LA LEVEDAD*. CINDE. Lenguaje, comunicación y desarrollo humano. Unidades especializadas. Serie postgrado. Neiva. 1994.

socialización y los cambios que en sus funciones socializadoras experimentan mediadores sociales como la escuela y la familia, los encuentros ricos y tensionantes entre las culturas de masas y la modernidad, el papel de los medios masivos en la reorganización del campo cultural, etc.

Los códigos culturales no se rompen con argumentos lógicos porque su procedencia es de lo cultural y de la cotidianidad, instancias que trascienden lo estrictamente lógico.

Si queremos actuar en el espacio de la cultura desde la comunicación hay necesidad de realizar investigaciones en las relaciones cotidianas con los medios de comunicación y en las formas de escritura y lectura. Antes de proponer soluciones simplistas. También en la forma como los grupos sociales establecen diversidad de relaciones con los medios, o sea con los diversos sistemas de signos tal como existen hoy en día³⁷. Funciona lo que de alguna manera responde a los códigos de gustos e interés de amplios sectores sociales. Las metodologías sólo funcionan cuando establecen relaciones con fuerzas, tendencias, gustos o necesidades internas³⁸.

Nuestra sociedad es pluralista: está conformada por gran número de etnias y grupos sociales, la función que debe ejercer la comunicación es la de activar esa pluralidad de saberes sociales en todos los terrenos, pero especialmente en el vivencial³⁹. Se debe activar, en primer lugar, la relación que el receptor establece con los medios y, en segundo lugar, las características de sus sistemas de signos para construir universos propios, pero siempre en un contexto de espectáculo y emoción⁴⁰.

³⁷ Martínez, Hernando. LOS MEDIOS DE COMUNICACION ENLACE PROCESOS EDUCATIVOS. SENA. Bogotá. 1989. CINDE. LENGUAJE, COMUNICACION Y DESARROLLO HUMANO. Unidades especializadas. Neiva. 1994. pag. 24

³⁸ Martínez, Hernando. LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN LOS PROCESOS EDUCATIVOS. SENA. Bogotá. 1989. CINDE. LENGUAJE, COMUNICACION Y DESARROLLO HUMANO. Unidades especializadas. Neiva. 1994. Pag. 34

³⁹ Martínez, Hernando. LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN LOS PROCESOS EDUCATIVOS. SENA. Bogotá. 1989. CINDE. LENGUAJE, COMUNICACION Y DESARROLLO HUMANO. Unidades especializadas. Neiva. 1994. Pag.33

⁴⁰ Martínez, Hernando. LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN LOS PROCESOS EDUCATIVOS. SENA. Bogotá. 1989. CINDE. LENGUAJE, COMUNICACION Y DESARROLLO HUMANO. Unidades especializadas. Neiva. 1994. pag. 37

3. LA TELEVISION EN LA NUEVA LEGISLACION

En nuestra sociedad se observa una correlación entre el aumento la concentración de la propiedad de los medio con la desaparición de los espacios públicos⁴¹. Parejo con esa desaparición de la cultura se a vuelto una función especializada en la sociedad dando un nacimiento a las agencias de la cultura⁴².

La Constitución Nacional encontramos que el espectro electromagnético es un bien público que puede ser utilizado por las empresas privadas.

Pero la nueva legislación, si sabemos utilizarla, nos permite salirle al paso a esa segmentación y privatización de ese espacio por naturaleza público:

En el artículo 76 y siguientes de la constitución Nacional encontramos que el espectro electromagnético es un *bien público* que puede ser utilizado por las empresas privadas. El bien público ha utilizar no es otra cosa que las ondas de radio, TV, microondas e incluso señales visibles utilizadas para el flujo de información en medios óptico-electrónicos.

También se define que la gestión de ese bien corresponde al estado colombiano, quien debe ser el operador mientras que las empresas son las concesionarias⁴³.

El país televidente estará integrado por:

- Canales locales o regionales (*pertenecientes a cooperativas, ONG, etc.*)
- Canales nacionales conformados por zonales (*zona norte, centro y occidente, al estilo de la comunicación celular*) que deben crecer y convertirse en nacionales para 1998, cubriendo el territorio ya sea por si mismos o por encadenamiento.
- Tv cable
- Parabólica⁴⁴

⁴¹ . Rey, Germán. LOS INSTRUMENTOS DE LA LEVEDAD. Universidad Nacional de Colombia. CINDE. LENGUAJE, COMUNICACION Y DESARROLLO HUMANO. Unidades especializadas. Neiva 1994. pag. 4

⁴² . Brunner, J.J. UN ESPEJO TRIZADO. América Latina cultura y modernidad. 1991. CINDE. LENGUAJE, COMUNICACION Y DESARROLLO HUMANO. Unidades especializadas. Neiva. 1994. pag. 21

⁴³ . Quintero, Andrés. Entrevista en el programa De Dominio Público. División de televisión subdirección de comunicaciones. Colcultura. 1994.

⁴⁴ . Quintero, Andres. Entrevista en el programa De Dominio Público. División de Televisión subdirección de comunicaciones. Colcultura 1994.

Pareciera que aquí no hay nada para las comunidades, pero parejo a lo anterior el artículo 20 de la constitución nacional trata de la libertad de fundar medios *masivos* de comunicación. Su reglamentación expresa la forma de cómo el estado puede financiar el desarrollo de la televisión *estatal* (*que debe ser al servicio de las comunidades*) con el arriendo del espectro electromagnético⁴⁵.

La reglamentación del artículo 20 es antimonopólica en la medida en que se condiciona el uso del espectro solo para las empresas anónimas, inscritas en la bolsa, a fin de evitar la concentración del capital. Pero la buena intención de la ley se quedara escrita si las *comunidades* (*incluida la Universidad*) no intervienen para nada y continúan desentendiéndose del problema.

Nadie puede ser dueño de mas del 20% de un canal y si el canal zonal, desea convertirse en nacional, y si al convertirse en nacional, es propiedad de una empresa, dicha empresa debe renunciar a ser socia del canal zonal o dejar sus espacios a nivel nacional⁴⁶.

Es importante no dejar propagar el mal de la postmodernidad: la exclusión del otro⁴⁷. El no emplear ese derecho a se interlocutor para otros seres humanos⁴⁸, pero esta no exclusión exige, de un lado una posibilidad igualitaria de acceso a aquellas informaciones sociales y tradiciones culturales de formación que son necesarias para poder afirmar argumentativamente las propias condiciones morales en el círculo de los participantes de un discurso. Y por otro, también el sujeto debe poder saberse considerado como sujeto capaz de juicio para poder confesar públicamente las propias intuiciones morales⁴⁹.

⁴⁵ Quintero, Andres. Entrevista en el programa De Dominio Público. División de Televisión subdirección de comunicaciones. Colcultura . 1994

⁴⁶ Quintero . Andres . Entrevista en el programa De Dominio Público. División de Televisión subdirección de comunicaciones. colcultura 1994.

⁴⁷ Lyotard , Jean francois. LOS DERECHOS DEL OTRO. CINDE. LENGUAJE , COMUNICACION Y DESARROLLO HUMANO . Unidades especializadas . Neiva. 1994 pag. 7

⁴⁸ Lyotard , Jean Francois. LOS DERECHOS DEL OTRO . CINDE LENGUAJE , COMUNICACION Y DESARROLLO HUMANO . Unidades especializadas . Neiva . 1994 . pag.3

⁴⁹ Honneth , Axel . LA ETICA DISCURSIVA Y SU CONCEPTO IMPLICITO DE JUSTICIA. De. Crítica . Barcelona . 1991. CINDE LENGUAJE , COMUNICACION Y DESARROLLO HUMANO . Unidades especializadas . Neiva . 1994 . pag. 173

4. LA NECESIDAD DE UNA TELEVISION ORIGINADA EN LA FACULTAD DE EDUCACION

Los medios son agentes socializadores que no cesan de hacer propuestas, contribuyendo a la generación de pautas de lecturas, de formas y maneras de ver e interpretar⁵⁰.

En la tarea de socializar los medios la Facultad de Educación tiene un papel protagónico al entender los medios como dispositivos culturales con capacidad de intercambio simbólico y de fuerza representacional⁵¹. El mercado actual de comercialización de objetos adolece de elementos y piezas cruciales para el manejo de los problemas que se presentan en un mercado de intercambio social como son la conformación y definición de mecanismos que faciliten la entrada y circulación de *nuevas ideas* a través de las múltiples capas de organización social⁵². Se trata de crear un mercado nuevo en donde se intercambien otro tipo de bienes, bienes sociales y de conocimiento⁵³. Pero en este mercado, por lo reciente, casi que esta vacío el espacio entre consumidores y productores de bienes sociales⁵⁴, la poca intermediación que existe es de carácter monopólico. Se requiere fortalecer las comunidades o las ONG para que ejerzan posesión sobre ese bien común. Se requiere de organizaciones que estén capacitadas para explorar y entender necesidades, temas y oportunidades que están en permanente *transformación*⁵⁵.

⁵⁰. Rey, German. LOS INSTRUMENTOS DE LA LEVEDA. Universidad Nacional de Colombia. CINDE. LENGUAJE, COMUNICACION Y DESARROLLO HUMANO. Unidades especializadas. Neiva. 1994. pag. 22

⁵¹. Rey, German. LOS INSTRUMENTOS DE LA LEVEDA. Universidad Nacional de Colombia. CINDE. LENGUAJE, COMUNICACION Y DESARROLLO HUMANO. Unidades especializadas. Neiva. 1994. pag. 6

⁵². Crane, Hewwite D. EL NUEVO MERCADO DE INTERCAMBIO SOCIAL. ABLEX P. PUBLISHION CORPORATION, New Jersey, 1980. UNIANDES. MAGISTER EN DIRECCION UNIVERSITARIA. Pag. 4

⁵³. Crane, Hewwite D. EL NUEVO MERCADO DE INTERCAMBIO SOCIAL. ABLEX P. PUBLISHING CORPORATION, New Jersey, 1980. UNIANDES. MAGISTER EN DIRECCION UNIVERSITARIA. Pag. 9

⁵⁴. Crane, Hewwite D. EL NUEVO MERCADO DE INTERCAMBIO SOCIAL. ABLEX P. PUBLISHING CORPORATION, New Jersey, 1980. UNIANDES. MAGISTER EN DIRECCION UNIVERSITARIA. Pag. 14

⁵⁵. Crane, Hewwite D. EL NUEVO MERCADO DE INTERCAMBIO SOCIAL. ABLEX P. PUBLISHING CORPORATION, New Jersey, 1980. UNIANDES. MAGISTER EN DIRECCION UNIVERSITARIA. Pag. 13

La facultad, si se lo propone es la mas indicada para hacer este papel mediador en la circulación de ideas logrando al mismo tiempo el desarrollo de una teoría de la comunicación como apoyo de la teoría del aprendizaje⁵⁶.

La facultad puede ayudar a la universidad a contribuir a ampliar ese el mercado de intercambio social por su solvencia académica y sus vocación de crear una comprensión científica *colectiva* del mundo. El capital de la universidad en un buen porcentaje esta constituido por bienes intangibles y por ello es una de las partes llamadas a licitar en la televisión regional a nombre de la comunidad.

La solvencia académica y pluralista de una entidad universitaria como la facultad de educación garantiza mejor que cualquier empresa privada la no manipulación del receptor: pues es bien sabido que el proceso es un movimiento continuo, en el espacio y en el tiempo, de información codificada con la que el emisor busca, a través de un medio, cambios ideológicos o conductuales en un receptor, con el fin de obtener respuesta satisfactoria⁵⁷.

La facultad puede hacer de la comunicación un problema de investigación, por ejemplo identificando los códigos de percepción. Al hacerlo, el educador y comunicador puede llegar al conocimiento de la diversidad de culturas y cotidianidades que constituyen una sociedad⁵⁸.

la facultad se vincula así al gran proceso de *maduración de la sociedad civil* abordando, desde las ciencias que le son propias, el entendimiento de problemas, como⁵⁹:

- La región como sujeto de análisis y de decisiones.
- Estímulo a la subjetividad ciudadana.
- Restablecimiento de la legitimidad del estado.
- Potenciar conflictos hacia mayores niveles de bienestar intensificando la diferenciación.

⁵⁶ Martínez, Hernando. LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN LOS PROCESOS EDUCATIVOS. SENA. Bogotá. 1989. CINDE. LENGUAJE, COMUNICACION Y DESARROLLO HUMANO. Unidades especializadas. Neiva. 1994. pag. 6

⁵⁷ Martínez, Hernando. LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN LOS PROCESOS EDUCATIVOS. SENA. Bogotá. 1989. CINDE. LENGUAJE, COMUNICACION Y DESARROLLO HUMANO. Unidades especializadas. Neiva. 1994. pag. 12

⁵⁸ Martínez, Hernando. LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN LOS PROCESOS EDUCATIVOS. SENA. Bogotá. 1989. CINDE. LENGUAJE, COMUNICACION Y DESARROLLO HUMANO. Unidades especializadas. Neiva - 1994. pag. 16

⁵⁹ Amézquita, Carlos. La universidad y la construcción social regional. Tesis de Grado: Maestría en Dirección Universitaria. Universidad de los Andes. Santafé de Bogotá. 1994. pag. 25-45

- Sociedad civil y mercado: dos conceptos útiles para entender la modernidad : allí donde falla el mercado , entra la participación ciudadana.
- Participar: hacer uso de la libertad con responsabilidad social, valiéndose del uso público de la razón.
- Capacidad interna y externa de aprendizaje y de dominio tecnológico.
- El entendimiento (*verstehen*).
- Entender como se apropian y distribuyen excedentes.

De esta forma la Universidad, a través de su facultad de Educación y de los medios puede hacer que la sociedad cambie de actitud construyendo un ambiente complejo, en el cual lo que se enseñe no tenga un sentido didáctico explícito, sino que dentro de la lógica del público tenga una vinculación con su cotidianidad⁶⁰.

La T.V.- universitaria debe favorecer el uso colectivo de los espacios de televisión para de esta forma contribuir a la construcción de identidad regional y a la búsqueda de formas autóctonas de abordar problemas y resolver conflictos, acordes a la idiosincrasia de las comunidades. *“Se requiere de amplios grupos sociales que estén familiarizados con la dinámica de grandes grupos de población que entiendan la naturaleza de los problemas y conozcan la solución de problemas locales y regionales”*⁶¹.

Esta sociedad regional necesita de una mayor *“participación en la planeación y en el diseño de estrategias, tanto local como nacionalmente, de forma tal que disminuya nuestro alejamiento y eliminemos las barreras resultantes de la especialización y la complejidad tecnológica. Igualmente es necesario encontrar medios para manejar acertadamente la densa interconexión de los problemas que nos preocupan. Particularmente, hemos de ser capaces de atender simultáneamente diversas cuestiones complejas, si queremos evitar los efectos imprevistos de decisiones aisladas”*⁶².

La Facultad entraría a un periodo de intensa actividad ciudadana para colaborar en la meta de lograr un desarrollo sostenible, mediante la gestión ambiental: identificando instrumentos públicos, económicos, técnicos, sociales y normativos que permitan orientar el desarrollo sostenible. □

⁶⁰ Martínez, Hernando. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LOS PROCESOS EDUCATIVOS. SENA. Bogotá. 1989. CINDE. LENGUAJE, COMUNICACION Y DESARROLLO HUMANO. Unidades especializadas. Neiva .1994 . Pag.37.

⁶¹ Crane , Hewitte D. EL NUEVO MERCADO DE INTERCAMBIO SOCIAL. ABLEX P. PUBLISHING CORPORATION. New Jersey. 1980.

UNIANDES. MAGISTER EN DIRECCION UNIVERSITARIA. Pag. 24.

⁶² Crane , Hewitte D. EL NUEVO MERCADO DE INTERCAMBIO SOCIAL. ALEX P. PUBLISHING CORPORATION, New Jersey, 1980, UNIANDES. MAGISTER EN DIRECCION UNIVERSITARIA . Pag. 15