

El futuro de la televisión pública educativa y cultural.

El caso de Señal Colombia

PAULA ARENAS

EL ESPEJO Y LA VENTANA

I MAGÍNESE usted tratando de meter a Colombia en una cajita, imagínesse usted tratando de meter el mundo entero en esa cajita. La cajita está compuesta de cinco lados sólidos y el sexto lado es un vidrio a través del cual se puede ver y usted puede ser visto. Como en un espejo, todo lo

que pasa en la cajita habla de usted como individuo, como colombiano, y como habitante del planeta; este espejo es para verse tal cual es, sin maquillaje, con sus virtudes y defectos, sus problemas y oportunidades, su pasado, su presente y su apuesta de futuro. Cuando la cajita hace de ventana, entonces usted ve al vecino, al otro. La ventana se abre para conocer otras historias, otras vidas y otros puntos de vista.

La televisión sirve de espejo y de ventana de una sociedad. Sin embargo, la televisión privada esta mediada por el filtro del interés comercial que distorsiona el reflejo del espejo y la perspectiva de la ventana, y en lugar de presentar una imagen auténtica, ofrece una imagen aspiracional del mundo. La televisión privada se convierte, entonces, en un espacio en el que las medidas aceptables son las de la reina, el cine posible es el de Hollywood y en el cual la oferta de imaginarios para sus televidentes tiene como intención venderles algo.

Bogotá, Colombia. Filósofa de la Universidad de los Andes con estudios en Cine y Televisión en la Universidad de Nueva York. Desde 1990 trabaja como diseñadora y desarrolladora de proyectos para televisión como *Zoociedad y Quac, el noticero*. Fue gerente de programación de Cinevisión y RTI Televisión y vicepresidente creativa del canal RCN. Ha dictado talleres y seminarios sobre medios y televisión en la Universidad de los Andes, la Universidad de la Sabana, la Pontificia Universidad Javeriana, y en la Escuela de San Antonio de los Baños de Cuba, EICTV. Dirigió el programa *Culturama* y produjo la serie Colombo-Argentina *Meridiano 1810*. Ha sido ponente invitada en encuentros internacionales de medios públicos. En la actualidad es la defensora del televidente del canal Citytv y desde el 2011 es Asesora de contenidos del canal Señal Colombia.





Red Colombiana de Televisión, dibujo de L. Méndez P. en artículo de periódico, c. 1954.
Reg. 7611.003, Colección Museo Nacional de Colombia.

Octavio Arizmendi Posada, ministro de Educación de Carlos Lleras Restrepo, inauguró en 1970 el Canal 11, hoy Señal Colombia.
Archivo Fotográfico *El Espectador*.



Desde su montaje, hace sesenta años, la televisión se debate entre servir a intereses comerciales y misionales. La tensión entre estas dos fuerzas ha dado forma a la televisión masiva, cuyo objetivo es estimular la sociedad del consumo; y a la televisión pública, que busca estimular la sociedad del conocimiento. En esa lógica, para algunos, el pulso consiste en tener la mayor cantidad de televidentes, para otros se trata de tener una oferta incluyente y diversa. Cuando se trata de lo primero, por supuesto gana la televisión comercial. Pero en cambio, si se trata de ofertar realidades diversas, en las que es posible el cine independiente de Colombia y de otras partes del mundo, en las cuales los patrones de belleza no responden a una medida y en las que nadie quiere venderle nada a nadie, entonces se impone la televisión pública como una poderosa oferta alternativa.

Pero este no es un mano a mano. ¿Qué sentido puede tener comparar ambos tipos de televisiones? Lo que se va a revisar aquí, es cómo la televisión pública no puede existir sin la privada y viceversa. No obstante, la simple supervivencia de la pública para validar a la privada no es justificable como se verá más adelante. Las enormes diferencias entre ambos modelos ayudará a encontrar un doliente y a ver cómo no debe ser uno solo sino muchos, para sacar adelante a la televisión pública.

SE BUSCA DOLIENTE

Al hacer un balance rápido de la situación entre ambos tipos de televisiones se nota cómo es de evidente el desequilibrio entre los dos. Por ejemplo, el costo de producción de una telenovela promedio de los canales privados equivale al presupuesto del año con que cuenta Señal Colombia para la producción y adquisición de la totalidad de sus contenidos. Esta situación de manera automática

desencadena otra serie de asimetrías; la proporción de horas de estreno entre el privado y el público es de dieciocho a uno y el índice de audiencia es de veinte a uno. Lo que es importante resaltar de este análisis es que, si bien no es una norma, hay una correlación entre la inversión por hora de producción y el número de personas que ven ese producto.

Otro argumento que permite evidenciar las dificultades que debe sortear la televisión pública es el de la normatividad. Aun ante la evidencia de las desventajas antes descritas, la normatividad aplica por igual a los canales públicos y a los privados. La televisión pública debería tener un tratamiento diferencial que le permita desarrollar estrategias alternas de programación¹. Lo cierto es que los medios públicos son el último refugio, en especial en América Latina, del televidente-ciudadano por oposición al televidente-consumidor. La homogeneidad de la oferta comercial solo se ve interrumpida por la oferta de diversidad de los medios públicos, que en Colombia es débil y necesita la intervención del Estado para su fortalecimiento. La indiferencia del ente regulador ante esta realidad y la falta de profundización en la lógica de la programación de la televisión pública, hacen un inmenso daño frente a las posibles estrategias para contrarrestar el impacto arrollador de los canales privados.

Durante las pasadas elecciones presidenciales, Aída Abella, la candidata a la vicepresidencia por el Polo Democrático Alternativo y la Unión Patriótica, fue la única que asistió al debate que se convocó desde un canal público. Ante la ausencia de las demás fórmulas vicepresidenciales, Aída Abella y Judith Sarmiento, quien hizo las veces de moderadora, debieron adaptar el formato de debate y mantener una entrevista durante cuarenta y ocho minutos en directo que vieron 35.340 personas² por la pantalla de Señal Institucional. La ausencia de los demás candidatos refleja el lugar que ocupa la televisión pública en el imaginario de los políticos de nuestro país. Por redes sociales se informó que las demás fórmulas vicepresidenciales acompañaban a los candidatos a presidente en el debate del canal Caracol.

Se buscan dolientes para mejorar las condiciones de la televisión pública en sus aspectos más sensibles: la financiación, la normatividad y la percepción de la gente sobre la importancia de tener una televisión pública robusta y competitiva. ¿Es posible? ¿Es deseable? ¿A quién le importa la representación de las diversas identidades? ¿A quiénes debería interesar la televisión pública?

A los gobiernos...

Las elecciones y el Mundial de Fútbol opacaron la celebración de los sesenta años de la primera transmisión de televisión en nuestro país. Aunque en 2014 se cumplieron, además, diez años de la liquidación del Instituto Nacional de Radio y Televisión (Inravisión) y de la creación del ahora Sistema de Medios Públicos, del que forma parte el canal Señal Colombia, sus intereses no formaron parte de los temas de la campaña presidencial; en los planes de gobierno de los candidatos, no hubo referencia alguna a los destinos de la televisión pública. Si se tiene en cuenta que la televisión pública es un valioso indicador de la salud de la democracia de un país, ¿qué significa esta indiferencia?

Colombia, con una normatividad de avanzada, combate por principio las prácticas monopolísticas, y en estricto sentido el derecho fundamental a informar y a ser informado no se ve amenazado. En el inventario de televisiones públicas se

1. Un ejemplo de esto es la cuota de pantalla, norma con la que se pretende proteger y estimular la producción nacional. Esta cuota obliga a los canales nacionales públicos y privados a exhibir un porcentaje de contenidos de producción hecha en Colombia en ciertos horarios, en el horario AAA la proporción debe ser 70% nacional y 30% extranjero. Lo que no tuvieron en cuenta los reguladores fue que el horario AAA de la televisión pública es distinto del AAA de los privados. Este descuido somete a los proyectos nacionales de la televisión pública a enfrentarse con los proyectos más poderosos de la televisión privada. Una vez se hizo la solicitud de revisar la catalogación AAA de los horarios de Señal Colombia entre las siete y las diez de la noche para intercambiarlo por los horarios que van entre las diez de la noche y la media noche, cuya cuota de pantalla es de 50% - 50% y poder así instaurar una estrategia de contraprogramación frente a las novelas de los privados.

2. Fuente Ibope, junio de 2014.

encuentran dos canales nacionales, un canal nacional de operación mixta, ocho canales regionales y un canal público local, además de una gran cantidad de canales comunitarios. Por otro lado, la oferta de los privados está formada por dos canales nacionales y un canal local. Adicionalmente, los colombianos cuentan con una oferta de cerca de noventa canales internacionales disponibles para las audiencias por el servicio de televisión por suscripción satelital y por cable.

A pesar de esta amplia oferta, en Colombia vivimos un fenómeno singular: el duopolio Caracol-RCN. Estas dos cadenas son las voces predominantes de la televisión. Dicho en cifras, en mayo de 2014, incorporados ambos canales, sumaron el 44,58% de la cuota de audiencia³ mientras el otro 55,42% se repartió entre los restantes ochenta y nueve canales medidos por Ibope, incluida la televisión pública.

Mientras prospera el duopolio, los colombianos esperamos desde hace quince años un tercer canal. Cada vez que se vislumbra una iniciativa gubernamental en ese sentido, los feroces competidores Caracol y RCN, se vuelven los mejores aliados para objetar y enterrar esa gestión. Ni siquiera la Casa Editorial El Tiempo, primer interesado en el tercer canal, ha podido contrarrestar el ejercicio de poder del dúo Caracol-RCN. El último gran debate sobre el tercer canal fue tan feroz, que dio la estocada final para acabar con la tristemente célebre Comisión Nacional de Televisión (CNTV) que cerró sus puertas en el 2011.

“Es que el mercado solo resiste dos canales”, bien o mal citado, este argumento resume la codicia con la que los más grandes generadores de contenido de nuestro país abordan el tema. Tener el mercado repartido entre dos tiene, además de las implicaciones comerciales, otras implicaciones, para nada sutiles que se traducen en: “solo hay dos maneras de informar, de entretener y de ser”.

En este sentido el duopolio RCN-Caracol se parece mucho al bipartidismo del Frente Nacional que caracterizó el sistema político colombiano durante dieciséis años (1958-1974), que nos heredó costumbres excluyentes y nos dejó pequeños movimientos y partidos, que siguen débiles en la lucha por la supervivencia.

A los canales privados...

En ausencia de una política pública para los medios de comunicación, el Estado ha respondido con una normatividad de coyuntura. En esta improvisación han surgido grandes inventos, como la forma nacional de financiar la televisión pública. Dicho escuetamente, esta consiste en que el 1,5% de las ventas brutas de los canales privados de televisión abierta alimenta el Fondo para el Desarrollo de la Televisión y los Contenidos (FONTV) y los operadores de televisión cerrada por suscripción satelital o cable aportan cada mes poco más de \$1.800 por suscriptor⁴. Un tercer canal significaría no solo una tercera forma de informar y entretener, sino un 1,5% adicional de ingresos para ese Fondo. En contraprestación a este aporte de las ventas de los privados a FONTV⁵, la ley prohíbe la comercialización de Señal Colombia: este es un modelo de financiación único en el mundo que debería incrementarse y fortalecerse.

La alianza Estado-canales privados del modelo de financiación colombiano es una unión que beneficia a las tres partes: al Estado le quita el dolor de cabeza de tener que gravar a su ciudadanía para garantizar el servicio público de la televisión, a la televisión privada le garantiza que la televisión pública no sea comercializada y a la televisión pública educativa y cultural nacional la exonera

3. Fuente Ibope, mayo de 2014.
4. Resolución de la Autoridad Nacional de Televisión 1372 de 2014.
5. “El objeto del Fondo es el fortalecimiento de los operadores públicos del servicio de televisión, la financiación de programación educativa y cultural a cargo del Estado y el apoyo a los contenidos de televisión de interés público desarrollado por operadores sin ánimo de lucro además de financiar el funcionamiento de la ANTV”, *Reglamentación del Fondo para el Desarrollo de la Televisión y los Contenidos (FONTV)*, http://www.antv.gov.co/sites/default/files/130131_documento_final_reglamentacion_fontv_2.pdf
6. Ley 1507 de 2012 por la cual, entre otras disposiciones, se creó la Autoridad Nacional de Televisión.
7. Tomado del *Manual de producción Señal Colombia 2014*: “El procedimiento de convocatorias de Señal Colombia se ha convertido en un referente de buenas prácticas para el diseño de televisión de calidad y por eso varias facultades de Comunicación, Cine y Televisión del país incluyen dentro de sus cátedras de producción la presentación de proyectos de televisión en los formatos del canal. El filtro de calidad en la base de la cadena de valor que imponen las convocatorias, ha permitido la formalización y formación del sector en torno a propuestas concretas solicitadas por el canal. Prueba de la madurez de estos procesos se evidencia en el hecho de que Señal Colombia cuenta cada vez con más nominaciones, premios y reconocimientos por la calidad de sus contenidos en el ámbito nacional e internacional, y que varias de las casas productoras del país de este tipo de contenidos no apoyados por otro tipo de canales de Colombia (en especial los contenidos de no ficción y los dirigidos al público infantil), han encontrado en las convocatorias y proyectos del canal un apoyo importante para su crecimiento y posicionamiento en el mercado nacional e internacional”.



Anónimo. Marta Traba dirigió y presentó cinco programas sobre arte, entre 1954 y 1958.
Reg. 7618, c. 1956, Colección Museo Nacional de Colombia.



Gloria Valencia en los inicios de la televisión en Colombia.
Archivo Luis Alberto Acuña Casas.

de someterse a la lógica comercial, lo cual la llevaría a desdibujar su función de modelo alternativo misional. Entonces ¿dónde está el problema?

Al ente regulador...

Desde la puesta en marcha del nuevo modelo de canal en 2004, la relación con el ente regulador ha sido un tire y afloje. Primero la Comisión Nacional de Televisión (CNTV) y ahora, la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV) han hecho más hincapié en ejercer el control sobre la televisión pública que en el diseño de estrategias para su fortalecimiento y desarrollo⁶.

La preocupación por el uso adecuado de los recursos ha generado, por parte de los distintos entes reguladores, una relación de dependencia que no necesariamente juega a favor de medios como Señal Colombia. En 2004, como una estrategia de “administración de pobreza”, se diseñó desde el Ministerio de Cultura el modelo de producción del canal que consiste en tercerizar sus producciones y así hacer televisión perdurable. Televisión perdurable por oposición a televisión efímera o “telesofá”, quiere decir que, por su calidad, los productos se puedan repetir muchas veces en la parrilla del canal sin que pierda la vigencia y que además, se puedan distribuir en las pantallas de otros canales por medio del intercambio de programación o mediante la venta de derechos de emisión⁷.

Por otra parte, los criterios de calidad que se exigen en la cadena de producción y que están desarrollados en el *Manual de producción Señal Colombia 2014* del canal, están también ligados al buen uso de los recursos y son una garantía para todas las instancias de control. Finalmente, desde 2011, en el proceso de maduración de la planeación del canal se logró sincronizar la producción con la programación. Este proceso, que toma cerca de dos años, es uno de los elementos clave para llevar a las audiencias una programación coherente, y con el balance adecuado entre contenidos nacionales y programas extranjeros⁸.

Por estas razones, resulta de vital importancia para Señal Colombia que la joven ANTV se convierta en el aliado de la televisión pública. Es hora de que se

8. Tomado del *Manual de producción Señal Colombia 2014*: “Las políticas de programación se definen con el apoyo de los Ministerios de Educación y Cultura en función de audiencias prioritarias como la infantil, con énfasis en la promoción del talento nacional, la inclusión de los grupos étnicos, la promoción del cine nacional, latinoamericano y del mundo, la innovación en nuevas narrativas y contenidos que permiten los desarrollos tecnológicos, todo lo anterior con la premisa de la calidad.

Al definir a Señal Colombia como un canal educativo-cultural, el compromiso exige en sus procesos creativos contar con soportes de investigación en campo, con la construcción de contenidos con equipos interdisciplinarios que conozcan los temas y enfoques, con asesoría de pedagogos y especialistas para la programación infantil y temática. Los programas se caracterizan por tener cubrimiento transversal del país, por desarrollar miradas profundas desde el documental y la no ficción, por calidad técnica y narrativa, por innovación en formatos como el *live action*, el documental animado, el documental interactivo”.

supere la etapa de control, pues el canal ha demostrado su competencia en la administración de recursos, ahora necesita de la comprensión de su modelo de producción para que le permitan crecer en número de horas de producción, variedad en la programación y exploración de nuevos y más atrevidos formatos.

Al sector audiovisual independiente...

Para integrar talento con resultados el canal formó, y se espera que siga haciéndolo, toda una generación de productores, muchos de ellos exitosos hoy, en el escenario nacional e internacional. Sin embargo, son tan frágiles como lo es su fuente de trabajo. La situación actual no puede estar mejor descrita que con las palabras de uno de los productores cuyo proyecto fue seleccionado al Input Helsinki 2014⁹, quien dijo: “Ya sabemos hacer proyectos, ahora solo nos falta aprender a hacer plata”.

En este escenario, recae sobre el sector la responsabilidad de exigir a la ANTV una estrategia que permita el cumplimiento de sus funciones de “Velar por el fortalecimiento y desarrollo de la televisión pública” y “Promover y desarrollar la industria de la televisión”. Señal Colombia, por su parte, lleva diez años en el perfeccionamiento del modelo de convocatorias públicas con resultados de excelencia como *Los puros criollos*, cuya cuarta temporada se estrenó en agosto de 2014. Esta serie le ha valido al canal y a sus productores, a pesar de lo local que puedan ser sus contenidos, dos premios nacionales y dos internacionales, y un gran repertorio de reconocimientos de la prensa y de las audiencias.

En cuanto al mercado de coproducciones y su labor en la internacionalización de Señal Colombia, se han constituido alianzas poderosas entre productores nacionales y canales públicos extranjeros como el canal Pakapaka y el canal Encuentro de Argentina. El mercado de coproducciones no solo es una fórmula de creación de series de gran calidad, sino un camino alternativo hacia nuevas formas de financiación de contenidos. Series documentales, programas infantiles y documentales unitarios, como: *Migrópolis*, *Cuentos de viejos*, *Yoga para niños*, *Nacer. Diario de maternidad*, *La gran pregunta*, *El profesor Súper O recargado*, *El mundo animal de Max Rodríguez*, entre muchos otros, hoy no solo circulan por más de diez canales en Latinoamérica y otros de Europa y Asia, sino que representan para el canal alrededor de setenta nominaciones y cuarenta premios a la calidad nacionales y extranjeros en los últimos tres años.

Lo más importante de estos logros es que se ofrece a la audiencia una programación propia, con un lenguaje y un sentido que nos representa, que nos identifica y nos pone a la vanguardia en la producción audiovisual de calidad.

Por su papel en la cadena de producción de la televisión pública, los productores que concursan en las convocatorias públicas o que participan del mercado de coproducción del canal deben cumplir una doble función: ser el músculo creativo del canal, a la vez que deben construir empresa. Los pequeños y medianos productores dependen de los presupuestos del canal para su desarrollo, por lo tanto deberían asumir un papel más activo ante el ente regulador. Ellos pueden convertirse en empresas culturales que generan políticas para el fortalecimiento de su principal fuente de desarrollo, abrirse espacio, crear una interlocución con el ente regulador, y asumir la preocupación por la financiación de los medios públicos y por la sostenibilidad del modelo de producción de Señal Colombia.

9. Input, prestigioso evento de origen europeo que premia las mejores producciones de la televisión pública del mundo.

A los padres de familia...

Entre los proyectos exitosos mencionados hay una buena cantidad dirigida de manera exclusiva al público infantil, en parte debido a que los únicos interesados en desarrollar contenidos para niños son la televisión pública educativa y cultural y sus aliados. La investigación rigurosa y las convocatorias que año tras año se han adelantado, se convirtieron en una gran oportunidad de trabajo y desarrollo creativo para el sector. Ahora, con la llegada de la Televisión Digital Terrestre (TDT), se facilita la posibilidad de crear un canal dirigido únicamente a niños; el aporte de Señal Colombia consiste en la formulación de un proyecto en el plan de desarrollo para el próximo cuatrienio.

Para 2015 está previsto abrir un mercado de coproducciones exclusivo para aumentar la cantidad de proyectos de este género y así poder inaugurar en 2016 el canal con estrenos innovadores y novedosos. En cuanto a la financiación para incrementar la producción de contenidos infantiles se requiere de un crecimiento del presupuesto del 30%. El interés de los padres de familia, del sector audiovisual y del ente regulador se vuelve vital para poder conseguir este objetivo.

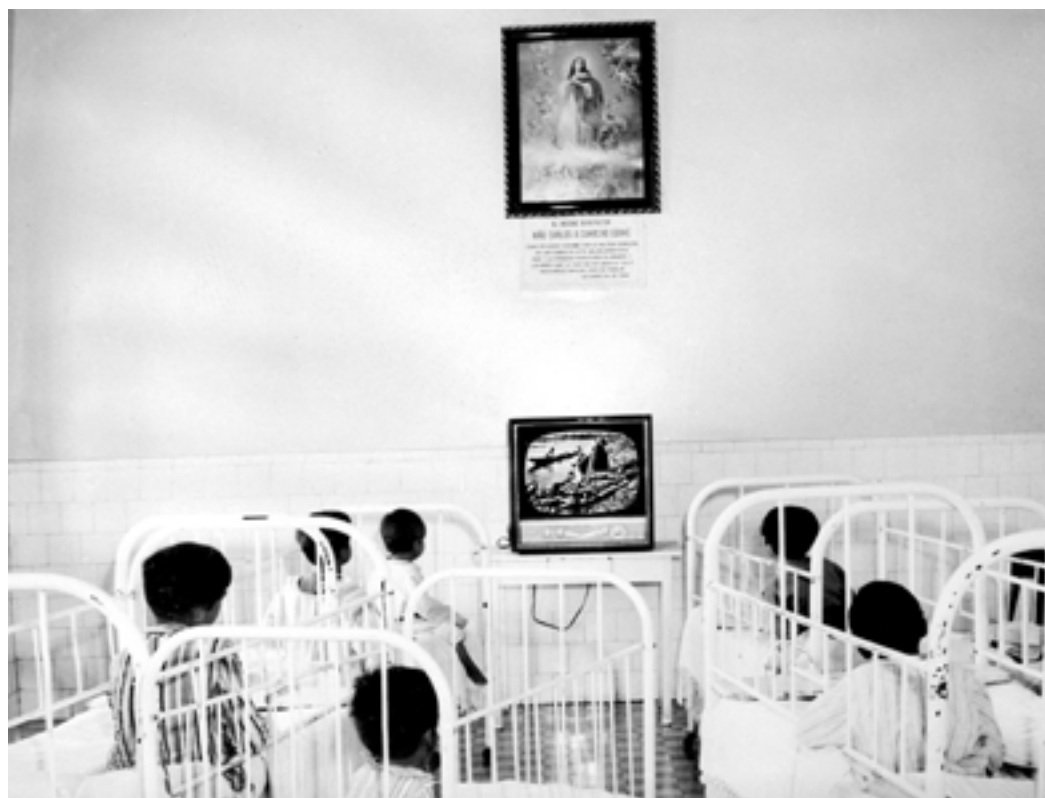
Además, el canal se adaptó y aprovechó el nuevo entorno tecnológico, y lo ha hecho para atender primero los nuevos hábitos de consumo de contenidos de los nativos digitales. De la franja de siete horas diarias en pantalla nace El Universo MiSeñal.tv; en principio es una estrategia complementaria a la pantalla principal de televisión, pero el objetivo final del proyecto convergente es el de crear la comunidad MiSeñal.tv. La justificación es sencilla: i) Paralelo a los canales de televisión por suscripción dirigidos a niños, es fundamental tener un canal de origen, que le hable a las nuevas generaciones de lo propio, en el que ellos reconozcan sus paisajes, su lenguaje, la forma de ser y vivir en Colombia y en sus regiones. ii) Invitar a los padres de familia a reconocer en Señal Colombia el canal infantil y a acompañar a sus hijos a considerarlo como una opción válida e interesante entre las ofrecidas. Sabemos que hoy los padres no consideran esta alternativa según un estudio de hábitos de consumo sobre televisión infantil realizado por el Ministerio de Cultura¹⁰. iii) Es claro, como se dijo antes, que para la televisión privada de Colombia esta franja de audiencia no es una prioridad.

A los ministerios y otras instituciones públicas...

Es muy importante que los ministerios y demás entidades públicas crean en el potencial narrativo de la televisión y lo usen. El Ministerio de Cultura ha sido, desde el principio, el que mejor ha entendido el papel de la televisión pública; allí la perciben como un aliado y recurren a ella como parte de su estrategia de divulgación y sensibilización; cuando se trata de rendir cuentas a la ciudadanía, acuden a Señal Institucional; por el contrario, si se trata de sensibilizar a la ciudadanía acerca de prácticas o expresiones culturales, recurren al canal educativo y cultural, para ello emplean formatos como las series documentales. Coinciden ambos, canal y Ministerio, en los criterios de diversidad como eje temático. Entienden y promueven la televisión como una experiencia cultural en sí misma. Con este ministerio el canal ha producido varias series, la primera fue en 2004 sobre arte llamada *Plástica-Arte contemporáneo en Colombia*¹¹ y desde entonces se ha coproducido una por año comprendiendo distintos temas. Desde 2011 se produce una serie sobre danza, cada año, atendiendo una región diferente del país. Como resultado tenemos a 2014, cuatro series de ocho capítulos cada una para un total de treinta y dos capítulos. Cuando se estrena una serie, se repiten las anteriores ampliando así su público.

10. <http://www.mincultura.gov.co/areas/comunicaciones/comunicacion-cultural-y-ni%C3%B1ez/Paginas/Investigaci%C3%B3n.aspx>.

11. Casa productora: 4direcciones, serie de diez capítulos de treinta minutos cada uno.



Asilo-Taller para Niños
Inválidos Franklin Delano
Roosevelt, Bogotá,
agosto de 1954.
Archivo Luis Alberto Acuña Casas.

El Ministerio de Educación asumió una posición diferente a la adoptada por el Ministerio de Cultura. Entendió, en el camino, que las competencias no se pueden dictar desde la televisión, salvo que esta opere en circuito cerrado para el aula de clase y esté dirigida en forma específica al maestro y a sus alumnos. Por dicho motivo planean, desde hace cierto tiempo, tener un canal con esas características. Mientras tanto, le colaboran a Señal Colombia en el desarrollo de contenidos dirigidos al público infantil.

El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones por su parte, dio un giro muy importante en estos cuatro años. Se interesó no solo en los temas de la infraestructura y la tecnología, sino que incluyó en su agenda los contenidos. Esto se concretó en una apuesta por las alianzas con grandes canales con el propósito de hacer productos de alta calidad y de intercambiar conocimientos en cuanto a procedimientos y formatos. En estos cuatro años el Mintic apoyó la coproducción entre canales como Discovery, Fox y Disney con la televisión pública nacional y regional; como resultado, se hicieron series como *First Time Filmmakers* y *Maravillas de Colombia*, entre otras. El mérito de este ejercicio consistió en que el intercambio de conocimientos fue de doble vía.

Los demás ministerios, conciben la televisión pública como una herramienta para mostrar sus resultados, la utilizan como un vehículo exclusivo de rendición de cuentas y en el peor de los casos de pantalla de exhibición y de protagonismo. Al malentender la función de la televisión pública, la desaprovechan. Dejan pasar el poder del lenguaje audiovisual como herramienta de comunicación y de transformación de una sociedad.

Otros antecedentes históricos dan cuenta de apuestas hechas por instituciones del Estado con grandes resultados. En 1999 salió al aire, por el canal RCN, la serie *Francisco el matemático*, que fue el resultado de “una investigación realizada por el Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico del



Distrito Capital-IDEP que recopiló historias y anécdotas de cerca de 40 docentes de escuelas públicas de Bogotá que sirvió como punto de partida argumental”¹². La serie nació con una función educativa, su idea original partió del deseo de incidir en el cambio de actitudes y comportamientos juveniles. Su calidad permite deducir un impacto coherente con su propósito. La serie, además de ganar premios y reconocimientos, también fue adaptada en México y Brasil y estuvo al aire cerca de cinco años. Ejemplos como este permiten ampliar el horizonte y subrayan el potencial transformador de la televisión más allá de su función inmediateista.

En 2004 se dio otro ejemplo similar, la serie *Banderas en Marte* fue una coproducción entre el canal Señal Colombia, la Universidad Nacional y la Secretaría de Educación Distrital. Este magazín documental tenía como propósito “fomentar la participación de jóvenes de estratos populares en la construcción democrática de la ciudadanía, fortaleciendo de esta forma su papel como actores sociales visibles en la edificación de una ciudad más participativa e incluyente”¹³. La serie no solo fue seleccionada por la Unesco como uno de los mejores programas para jóvenes de ese entonces, también recibió en 2006 el Maeda Prize de Japón.

Estos dos ejercicios dejan ver las potencialidades del lenguaje audiovisual y de las capacidades transformadoras de la televisión. Por supuesto, los costos del argumental y del documental superan en gran medida el costo de un magazín institucional, pero los resultados pueden ser proporcionales a la inversión en efectividad e impacto.

A los intelectuales...

“Si los intelectuales no despreciaran tanto la televisión, ésta no sería tan mala”¹⁴. La televisión en general, y la pública en particular, deberían ser sujeto de la atención de los intelectuales, pero para que eso suceda, primero deben admitir que la ven. Al declarar abiertamente que la ven, al no mirarla con desdén ni por

12. Informe Colombia, 4ª Cumbre Mundial de los Medios para Niños y Adolescentes (2004). Documento elaborado por la iniciativa de comunicación con la colaboración de Omar Rincón.

13. Tomado del documento “Banderas en Marte. De la pantalla a la democracia”. Sin autor.

14. Gabriel García Márquez, *Juventud Rebelde*, La Habana, 1988.

encima del hombro, al admitir que son parte de la audiencia, pueden ayudar a transformarla, volverla fuente de referenciación, de conversación, de revisión y de crítica. La indiferencia de los intelectuales le hace daño a la televisión y a los intelectuales.

Mientras que el establecimiento cultural sigue condenando la televisión por principio, y los intelectuales difícilmente admiten que ven televisión, los lenguajes televisivos crecen y cambian a velocidades vertiginosas y van camino de convertirse en la vía de expresión más eficiente del futuro inmediato”¹⁵.

CIERRE

En conclusión, la televisión pública no sobrevive sola, no puede ni debe estar sujeta a las leyes del mercado, solo en la medida en que se sumen esfuerzos, incluidos los televidentes para que reclamen el servicio como un derecho, podrá salir adelante. A quien le interese este país, le interesa la televisión pública, la que ojalá fuera nuestro mejor espejo y la más interesante e indiscreta de las ventanas.

HITOS DE LA TELEVISIÓN PÚBLICA

- 1954 Se inaugura la televisión el 13 de junio.
- 1954/1958 La crítica de arte Marta Traba dirige *La rosa de los vientos* y luego cuatro recordados programas culturales: *El museo imaginario*, *Una visita a los museos*, *El ABC del arte moderno* y *Curso de historia del arte*.
- 1955 Se crea por decreto la Televisora Nacional con el fin de prestar el servicio público de televisión, como una dependencia de la Oficina de Información y Prensa del Estado.
- 1962 Se producen los primeros programas educativos enfocados en un primer momento a los adultos analfabetos, los niños campesinos y la gente de la calle, que eran reunidos en salones llamados telecentros, donde se les daban clases de primero a quinto de primaria.
- 1963 Se crea el Instituto Nacional de Radio y Televisión (Inravisión) como el encargado de prestar el servicio público de radiodifusión y televisión.
- 1964 Llegan los primeros equipos de *videotape* para la producción de televisión educativa y se hacen las primeras grabaciones con cintas de dos pulgadas.
- 1965 Se crea el segundo canal de televisión, el Canal 9, cuya explotación es entregada por licitación pública a un particular: Consuelo de Montejo. Al inicio solo tuvo cubrimiento local.
- 1970 Se inaugura el Canal 11, la tercera cadena de televisión nacional con carácter exclusivamente educativo. El presidente Carlos Lleras Restrepo lo inauguró dictando una clase de sociales como parte del proyecto *Capacitación popular, palanca del progreso*.
- 1971 Se inaugura la Estación terrena de Chocontá, a cargo de Telecom, para el envío y recepción de señales satelitales.
- 1976 Nace la programadora Audiovisuales, con el fin de producir un noticiero que difundiera las noticias estatales. Al poco tiempo se le asigna la función de producir televisión educativa y cultural.
- 1979 El 1° de diciembre se hace la primera emisión de televisión en color, un programa realizado por Audiovisuales que presenta un recorrido por diferentes regiones de Colombia.
- 1982 Sale al aire *Yuruparí*, un espacio para rescatar la cultura popular, a través de medimetrajes para televisión realizados por Audiovisuales. Al

15. Margarita Valencia, “La nota del editor”, Los libros Señal Radio Colombia, blog.

finalizar el decenio, la misma programadora saca al aire otro espacio dedicado a resaltar la creación artística nacional: *Aluna*.

- 1985 Nace el primer canal regional de Colombia: Teleantioquia.
Se reglamenta la Ley 42, primera ley de televisión que tiene el país.
Sale al aire *Las aventuras del profesor Yarumo*, uno de los emblemáticos programas educativos de la televisión nacional, que estuvo dieciocho años al aire llevando a los cafeteros conocimientos en tecnología y cultura del grano.
- 1986 Se constituyen los canales regionales Telecaribe y Telepacífico.
- 1991/1996 Audiovisuales produce y emite cuatro importantes series documentales: *Palabra mayor*, *Expediciones submarinas*, *Talentos y Maestros*.
- 1993 Se emite *Crónicas de una generación trágica*, primer proyecto dramatizado que realiza Audiovisuales. A través de seis relatos se recreó la vida de importantes próceres de nuestra independencia.
- 1995 La Cadena 3, o Canal 11, que salía al aire desde 1970, se convierte en Señal Colombia.
El Congreso de la República expide la Ley 182 que crea la Comisión Nacional de Televisión (CNTV), cuya función es trazar las directrices de la televisión.
- 1997 Nace Telemedellín, el primer canal local de televisión en Colombia.
- 2004 Canal A se convierte en Canal Institucional. Inravisión y Audiovisuales son liquidadas y sustituidas por Radio Televisión Nacional de Colombia (RTVC).
- 2005 Se comienza a emitir *Banderas en Marte*, una serie premiada internacionalmente que produce Señal Colombia para jóvenes entre los catorce y los veinticuatro años.
- 2006/2009 Se emiten las tres temporadas de *Culturama*, un magazín producido por Señal Colombia que buscaba contribuir al conocimiento y entendimiento de las expresiones, procesos y dinámicas culturales del país.
- 2008 En agosto la CNTV selecciona la norma de origen europeo DVB-T como el estándar para la Televisión Digital Terrestre (TDT) que se emitirá en el país.
- 2010 Se realiza la primera emisión oficial de la señal de TDT en los tres canales públicos: Canal Uno, Señal Colombia y Señal Institucional.
- 2011 En junio el gobierno decide eliminar la CNTV.
- 2012 Nace su reemplazo: la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV). Se emite *Los puros criollos*, una serie documental producida por Señal Colombia, que hace un recorrido por populares y entretenidos símbolos patrios.
- 2013 Se crea la marca Señal Colombia-Sistema de Medios Públicos, que identifica y agrupa nueve plataformas de información para diferentes audiencias: Señal Colombia, Mi Señal, Señal Deportes, Señal Institucional, Señal Radio Colombia, Señal Radiónica, Señal Memoria, Señal Clásica, Señal Rock.
- 2014 Desde junio los colombianos pueden acceder a la TDT, la cual tiene un 50% de cubrimiento. ■

*Cumpleaños
Ramo*, conducido
por Gloria
Valencia de
Castaño,
Bogotá, 21 de
mayo de 1978.
Archivo Fotográfico
El Espectador.





Arriba: al fondo y a la derecha, Carlos Muñoz y Álvaro Ruiz.

Abajo: Fabio Camero, Guillermo Rubiano, Carlos Muñoz y Gonzalo Vera Quintana (de espaldas).

El camarógrafo es el cubano Luis Álvarez Tabio.

Fotografías Archivo Luis Alberto Acuña Casas.

