



Caracterización de las televisiones comunitarias activas en el Tolima (Colombia) en el ecosistema analógico y digital: el caso de TV Café de Planadas y COOVISIÓN de Cajamarca

Doi: <https://doi.org/10.59514/2954-7261.3145>

Gloria Stefani Gutiérrez Muñoz. Comunicadora Social-Periodista y magíster en Territorio, Conflicto y Cultura por la Universidad del Tolima. Investiga sobre la comunicación comunitaria y la dirección de comunicaciones en organizaciones públicas. (Email: gsgutierrezmu@ut.edu.co) – (<https://orcid.org/0000-0001-9672-9696>).

Para citar este artículo / To reference this article / Para citar este artigo
Gutiérrez Muñoz, G. S. (2023). Caracterización de las televisiones comunitarias activas en el Tolima (Colombia) en el ecosistema analógico y digital: el caso de TV Café de Planadas y COOVISIÓN de Cajamarca. *Revista Calarma*, 2(3), 351–374. <https://doi.org/10.59514/2954-7261.3145>

Declaración de autor

La autora declara que ha participado en todo el proceso científico de esta investigación, incluyendo la conceptualización, metodología, escritura y edición. También declara que no tiene posibles conflictos de interés con respecto a la autoría y publicación de este artículo.

Resumen

La televisión comunitaria de Colombia es reconocida a nivel internacional por ser una de las primeras en regularse en Latinoamérica, destacándose por transmitir, con relativa independencia, las necesidades informativas de las comunidades de los territorios más alejados del país; sin embargo, durante los últimos años se evidencia su desaparición progresiva, por ejemplo, en el 2012 en el Tolima había 32 TV comunitarias y en el 2021 solo quedan dos. Esta investigación tiene como propósito caracterizar las dos televisiones comunitarias activas en el Tolima para conocer su funcionamiento, pertinencia social, dificultades y proponer acciones con miras a su fortalecimiento. La metodología se sustenta en un enfoque cualitativo, con diseño de teoría fundamentada, en la que el conocimiento se construye a partir de la experiencia humana. Los métodos aplicados son la cartografía social, entrevistas a profundidad, grupos focales y etnografía digital. Los resultados indican que, si bien, existe un contexto normativo adverso que pone en desventaja a la TV comunitaria frente a la TV por suscripción, su administración tampoco ha logrado vincular a las comunidades en la producción de contenidos, ni han aprovechado las Tecnologías de la Información y la Comunicación para reducir los costos de producción y para aumentar su cobertura e ingresos. Finalmente se proponen cambios normativos y organizacionales, en los que la educación es fundamental para garantizar el desarrollo e impacto social de estas televisiones de proximidad.

Palabras clave: televisión; comunidad; digital; educación; legislación.

Characterization of community television stations active in Tolima (Colombia) in the analog and digital ecosystem: the case of TV Café de Planadas and COOVISIÓN de Cajamarca

Abstract

Community television in Colombia is internationally recognized for being one of the first to be regulated in Latin America, standing out for transmitting, with relative independence, the information needs of communities in the most remote territories of the country; however, in recent years, its progressive disappearance has been evident, for example, in 2012 in Tolima there were 32 community TVs and in 2021 there are only two left. This research aims to characterize the two active community television stations in Tolima to learn about their operation, social relevance, and difficulties and propose actions with a view to their strengthening.

The methodology is based on a qualitative approach with a grounded theory design, in which knowledge is built from human experience. The methods applied are social cartography, in-depth interviews, focus groups, and digital ethnography. The results indicate that, although there is an adverse regulatory context that puts community TV at a disadvantage compared to subscription TV, its administration has not managed to link communities in content production, nor have they taken advantage of Information Technology and Communication to reduce production costs and increase coverage and income. Finally, regulatory, and organizational changes are proposed, in which education is fundamental to guarantee these proximity televisions' development and social impact.

Key Words: television; community; digital; education; legislation.

Caracterização das emissoras comunitárias de televisão ativas em Tolima (Colômbia) no ecossistema analógico e digital: o caso da TV Café de Planadas e da TV COOVISIÓN de Cajamarca

Resumo

A televisão comunitária na Colômbia é reconhecida internacionalmente por ser uma das primeiras a ser regulamentada na América Latina, destacando-se por transmitir, com relativa independência, as necessidades de informação das comunidades nos territórios mais remotos do país; no entanto, nos últimos anos tem sido evidente o seu desaparecimento progressivo, por exemplo, em 2012 em Tolima havia 32 TVs comunitárias e em 2021 ficam apenas duas. O objetivo desta pesquisa é caracterizar as duas emissoras de televisão comunitária ativas em Tolima para conhecer o seu funcionamento, relevância social, dificuldades e propor ações com vistas ao seu fortalecimento. A metodologia baseia-se numa abordagem qualitativa, com um desenho de teoria fundamentada, em que o conhecimento é construído a partir da experiência humana. Os métodos aplicados são cartografia social, entrevistas em profundidade, grupos focais e etnografia digital. Os resultados indicam que, embora haja um contexto regulatório adverso que coloca a TV comunitária em desvantagem em relação à TV a cabo, sua administração não tem conseguido vincular as comunidades na produção de conteúdo, nem tem aproveitado a Tecnologia da Informação. reduzir os custos da produção e aumentar a cobertura e rendimentos económicos. Por fim, são propostas mudanças regulatórias e organizacionais, nas quais a educação é fundamental para garantir o desenvolvimento e impacto social dessas televisões de proximidade.

Palavras-chave: televisão; comunidade; digital; educação; legislação.

Introducción

La televisión comunitaria en el mundo tiene una amplia trayectoria, en la medida en que ésta ha buscado reivindicar diversos derechos entre la población. La primera de ellas se creó en los años 60 en Canadá (Chaparro, 2002) y desde esa década ha buscado integrar a las comunidades indígenas de esa nación. La segunda, la de Estados Unidos, nació en los años 70 con el propósito de fortalecer la democracia (Chaparro, 2002; Zabaleta et al., 1998).

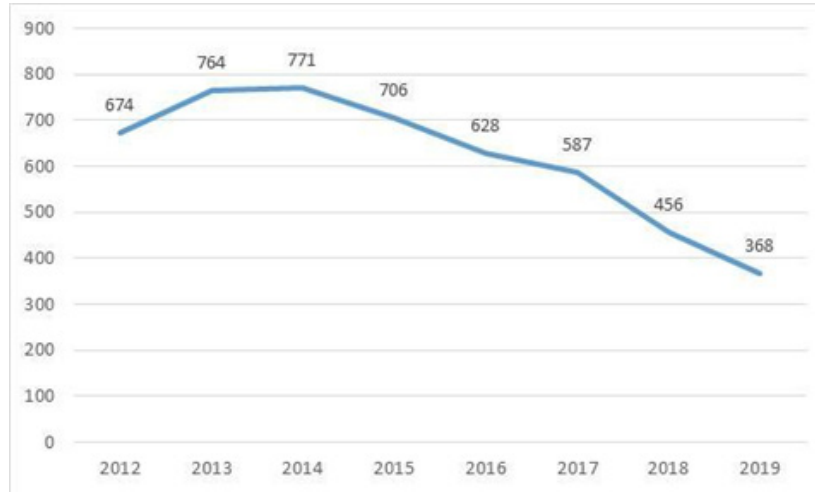
El modelo de televisión comunitaria de Colombia, entre tanto, ha sido reconocido en el mundo occidental por democratizar el espectro electromagnético, procurar la inclusión social y ofrecer programación educativa y cultural más a tono con las necesidades de los municipios alejados de las ciudades capitales (Angulo et al., 2018).

La televisión comunitaria, que fue la segunda en tener seguridad jurídica en Latinoamérica en 1996, un año después de Brasil (Angulo, 2012), contó con un incremento sostenido desde 2006 hasta situarse en 771 antenas en el país en el 2014 (Autoridad Nacional de Televisión, 2019), gracias al Acuerdo 009 de 2006 que les permitía tener hasta 15 mil asociados y ofrecer el servicio de internet.

La multiplicidad de canales de televisión comunitaria asegura unos contenidos próximos a las comunidades y, al mismo tiempo, que colectivos sociales desarrollen competencias expresivas (producción propia audiovisual) y organizacionales (administrar con eficiencia su propio medio de comunicación, con veedurías comunitarias).

Sin embargo, algunas disposiciones legales, sumadas a errores en la administración de estos medios de proximidad, han provocado que muchos de ellos hayan desaparecido de las bases de datos del Ministerio de la TIC y de la Autoridad Nacional de Televisión (reemplazada en el actual gobierno de Iván Duque Márquez por la actual Comisión de Regulación de las Comunicaciones), hayan cambiado a otras modalidades televisivas o migrado a internet. Por ejemplo, en el año 2014 funcionaban 771 y en el 2019, 368, es decir, una reducción del 52%. En la siguiente figura, se observa esta tendencia decreciente (Autoridad Nacional de Televisión, 2019).

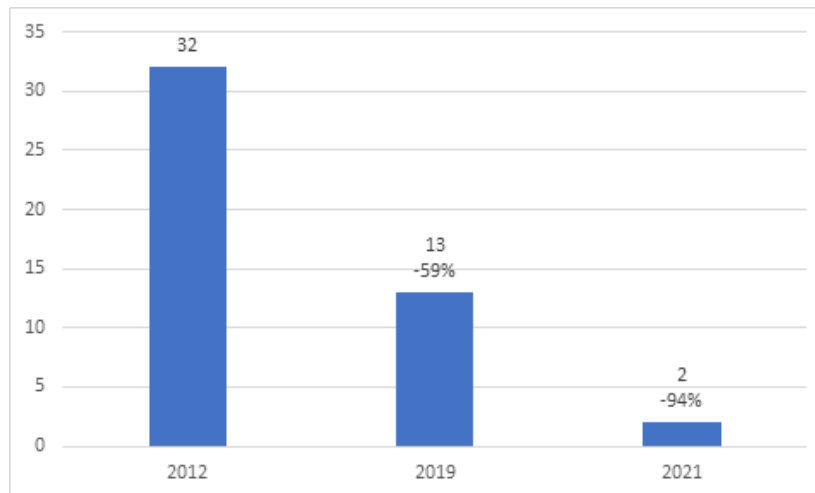
Figura 1. Comportamiento cuantitativo de las TV comunitarias de Colombia (2012-2019)



Autoridad Nacional de Televisión (2019)

Por su parte, en el departamento del Tolima existían 32 TV comunitarias en el 2012; en el 2019, 13 (Autoridad Nacional de Televisión, 2019); en el 2021, dos (la Cooperativa de Servicios Audiovisuales, Culturales, Recreativos y Afines, “COOVISIÓN”, y la Asociación Comunitaria de Copropietarios Antena Parabólica Planadas, “TV Café de Planadas” (Dirección de Industrias de Comunicaciones, 2022) (ver figura), es decir, un 94% de ellas ha desaparecido de la base de datos de la Comisión de Regulación de las Comunicaciones y del Ministerio de las TIC o han migrado a otras modalidades comerciales, con ánimo de lucro.

Figura 2. Comportamiento cuantitativo de la TV comunitaria del Tolima (2012, 2019 y 2021)



Parte del descenso de las TV comunitarias, entre tanto, se debe a la aprobación en el 2007 y aplicación del TLC con Estados Unidos en el 2012 durante la presidencia de Uribe Vélez y, principalmente, a Resolución 433 de 2013 (Autoridad Nacional de Televisión, 2013), expedida en el gobierno de Santos Calderón, ya que aumenta los dineros que deben pagar para el financiamiento de la televisión pública, reduce a 6.000 los asociados que pueden ingresar al sistema, aumenta ostensiblemente las horas de producción propia en función de los años de servicio y no por el número de habitantes de las poblaciones donde funcionan, y no permite ofertar más de siete canales codificados, como si ocurre con la TV por suscripción, la principal competencia de las comunitarias.

Las repercusiones de este fenómeno han sido negativas para el sistema audiovisual colombiano, en tanto que se han perdido fuentes y puestos de trabajo, las comunidades han dejado de participar en la producción, gestión y control de los contenidos locales de las emisoras y canales comunitarios (Angulo, 2013). Adicionalmente, este fenómeno puede estar asociado con los resultados del informe para la Fundación de la Libertad de Prensa (Fundación para la Libertad de Prensa, 2017), según el cual Colombia tiene un déficit de información local del 56,8% y el Tolima del 59,6%, entendido como municipios que no tienen medios locales o, si los hay, no producen información local. La desaparición de una TV comunitaria implica la no creación y transmisión de contenidos audiovisuales diseñados para promocionar la cultura, la reivindicación social, económica y política, la ciudadanía y el desarrollo ambiental sostenible, así como la consolidación de los Acuerdos de Paz de La Habana durante el posconflicto:

En un contexto de fin del conflicto, los medios de comunicación comunitarios, institucionales y regionales, contribuirán al desarrollo y promoción de una cultura de participación, igualdad y no discriminación, convivencia pacífica, paz con justicia social y reconciliación, incorporando en sus contenidos valores no sexistas y de respeto al derecho de las mujeres a una vida libre de violencias (Oficina del Alto comisionado para la Paz, 2016, p. 45).

Medidas recientes tomadas por el expresidente Duque apuntan a recuperar y fortalecer los medios comunitarios, entre ellas la Ley 1278 de 2019 de fomento de las TIC (Ministerio de las TIC, 2019) y la Ley 1834 de fomento de la Economía Creativa y Ley Naranja (Congreso de la Republica de Colombia, 2017). La Ley 1278, establece incentivos para que las televisiones comunitarias incursionen con más recursos en el ofrecimiento del servicio de internet, “así como a la promoción de servicios TIC comunitarios, que contribuyan desde la ciudadanía y las comunidades al cierre de la brecha digital, la remoción de barreras a los usos innovadores y la promoción de contenidos de interés público y educación integral” (Artículo 7).

Además, considera que la TV comunitaria juega un papel relevante en la provisión de redes y servicios de telecomunicaciones en el territorio nacional, por lo cual crea un plan de incentivos para estos sistemas, como el establecimiento de (1) un plan de transición para la habilitación general de prestación de servicios de TV comunitaria y por suscripción y (2) bandas exentas del pago de contraprestaciones, entre otras, para programas sociales del Estado y la ampliación de cobertura en zonas rurales (MinTic Colombia, 2018; Presidencia de la República, 2019).

La Ley 1834 de 2017 de Economía Creativa y Ley Naranja, por su parte, estipula que el sector audiovisual, los contenidos multimediales, servicios audiovisuales interactivos y de información, entre otros, se constituyen en economías creativas (Artículo 2) y, por tanto, recibirán el apoyo del Gobierno Nacional para promover su visibilización y crecimiento, puesto que son generadoras de empleo de calidad, motor de desarrollo y fomentadoras del tejido social y humano y de la identidad y la equidad (Artículo 3) (Congreso de la República, 2017). La norma también considera que: el Gobierno Nacional fomentará en los entes territoriales el mapeo de los sectores creativos (parágrafo del Artículo 5), labor comprendida en los objetivos de este proyecto; y el Gobierno Nacional identificará acciones e incentivos para el desarrollo y crecimiento de las industrias creativas y culturales, como facilitar agremiaciones dentro del sector y agilizar los permisos para la ejecución de las actividades creativas y culturales, (Artículo 8).

Esta investigación caracteriza dos televisiones comunitarias activas del departamento del Tolima (la Asociación Comunitaria de Copropietarios Antena Parabólica Planadas, “TV Café de Planadas” y la Cooperativa de Servicios Audiovisuales, Culturales, Recreativos y Afines, “COOVISIÓN”), según el Ministerio de las TIC, para conocer las condiciones en que funcionan, se sostienen económicamente e inciden en la audiencia a través de su producción analógica y digital de contenidos. Todo ello basado en el análisis de su legislación anterior y vigente, y en el contexto de su producción analógica y digital dirigida a las audiencias.

El modelo de televisión comunitaria de Colombia

Con el propósito de ampliar el conocimiento sobre el aspecto legal en la conformación de la televisión comunitaria en Colombia, a continuación, se relacionan las principales normativas en orden cronológico.

Con la constitución de 1991, se le otorgó un rango constitucional al espectro electromagnético. También se legisló la Ley 014 “Por la cual se dictan normas sobre el servicio de televisión

y radiodifusión oficial”, la cual estructuró entidades estatales prestatarias del servicio de televisión que venían trabajando, tales como el Instituto Nacional De Radio Y Televisión - INRAVISIÓN y las organizaciones regionales de televisión. La norma además estableció algunos parámetros para el régimen de prestación del servicio de televisión, pero quedaron varios temas sin tratar.

En 1995 se creó la ley 182 “*Por la cual se reglamenta el servicio de televisión [...]*”. Allí se formularon políticas para su desarrollo, se conformó la Comisión Nacional de Televisión como la instancia rectora de este medio masivo, se clasificó el servicio, se dispusieron normas para su prestación y se establecieron reglas para la contratación de los servicios, entre otros temas (Angulo, 2012). Aun así, la televisión comunitaria contaba con varios vacíos en su legislación y un precario apoyo por parte del Estado, tanto así que esta televisión fue tachada como “clandestina” “subversiva” hasta “ilegal”, puesto que su enfoque eran las minorías; por su parte la legislación en un primer momento nunca ayudó a su consolidación dentro del ámbito nacional y los colgados o “piratas” terminaban de perjudicar el apellido “comunitario” y la credibilidad de esta.

Posterior a esto en 1999 en Colombia la Comisión Nacional de Televisión define a la televisión comunitaria como “el servicio de televisión prestada por las comunidades organizadas sin ánimo de lucro, con el objeto de realizar y producir su propia programación para satisfacer necesidades educativas, recreativas y culturales. Este servicio deberá prestarse bajo la modalidad de televisión cerrada, por uno o varios canales de la red. Así mismo, por razón de su restricción territorial y por prestarse sin ánimo de lucro, este servicio no se confundirá con el de televisión por suscripción” Sus principales características serían las siguiente: cubrimiento, 6 mil asociados; sostenimiento, comercialización, 6 minutos por cada media hora de emisión; producir 2 horas a la semana de programación propia.

Para inicios del nuevo milenio el panorama mejoró, ya que poco a poco se empezó a visionar la televisión comunitaria como una herramienta de identidad y reconocimiento. Por primera vez se vio a estos medios como una “expresión cultural de la nacionalidad colombiana”. Estado y comunidad, se fueron vinculando para fortalecer en alguna medida este modelo. En el año 2000 desde el Ministerio de cultura y la Dirección de comunicaciones se abrió la convocatoria para que se hicieran las mesas de Medios Ciudadanos y Comunitarios, en pro de enriquecer el Plan Nacional de Cultura (Angulo, 2012). En diciembre del 2002 se diseñó desde la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Cultura lo que se denominó como el Plan de acción para la Televisión Comunitaria en Colombia, con el respaldo de la (CNTV). En el 2003, se inicia la ejecución de este plan.

En el 2006 se estableció el Acuerdo 009 “Por el cual se reglamenta el servicio de televisión comunitaria cerrada sin ánimo de lucro prestado por las comunidades organizadas”. Fue la segunda reglamentación general del sector. Derogó el acuerdo 006 de 1999, junto con todas las disposiciones contrarias, y retomó temas como los fines, principios y definiciones, el otorgamiento de la licencia, aportes y pagos, programación, régimen sancionatorio, entre otros. Una de las reformas más importantes es la ampliación de 6.000 a 15.000 asociados como máximo. En cuanto al esquema de pagos por compensación, redefinió el aporte sobre el pago de asociados en un 7% en caso de transmisión de siete señales codificadas y 1% menos por cada señal codificada no transmitida (Autoridad Nacional de Televisión, 2006).

En el 2013 la legislación nuevamente cambió reduciendo las fuentes de financiación de las televisiones comunitarias y generando un panorama de desventaja a la hora de competir con las televisiones por suscripción, más aún con la entrada en vigencia del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos. Este año se promulgó la Resolución 433 “Por la cual se reglamenta parcialmente el servicio de televisión comunitaria cerrada sin ánimo de lucro” (Autoridad Nacional de Televisión, 2013). Entre las reformas importantes que implementó, está la limitación de 6.000 socios como máximo, y se cambió el porcentaje de compensación a la ANTV por asociados a una medida fija bajo las variables que se determinan según el municipio, así mismo, determinó que los ingresos bajo concepto de pauta publicitaria se deberían invertir en la creación y producción de contenidos propios, quitándoles un rubro que podría apoyar el funcionamiento.

Angulo et al. (Angulo et al., 2018) advirtieron que en el panorama que se generó por cuenta de la implementación de la resolución 433 hay diferentes pérdidas:

Pierde el país al ver cómo languidece un modelo de TV comunitaria, reconocido en el mundo por su carácter democrático, participativo, incluyente, orientado al cumplimiento de indicadores de desarrollo humano. De paso, a las comunidades organizadas se les niega la oportunidad de desarrollar competencias expresivas, esto es, producir contenidos audiovisuales que busquen la no discriminación, la igualdad, el servicio social y comunitario y que compitan con contenidos comerciales dedicados, principalmente, al entretenimiento o al mantenimiento de hegemonías políticas, económicas y culturales. También, se les niega la posibilidad de que desarrollen competencias organizacionales, es decir, la capacidad para que distintos colectivos del tercer sector puedan administrar un medio de comunicación, sin ánimo de lucro, pero sostenible económicamente y en el que estén representados distintos sectores sociales en su producción, gestión y control. La disminución y posible desaparición de la TV comunitaria asesta un golpe a los Acuerdos de La Habana pues en el documento firmado, entre el Estado colombiano y las Farc, los medios comunitarios son fundamentales para lograr la participación

política con equidad. El periodismo independiente se perjudicará, pues el modelo de TV comunitario permite que los reporteros tengan un sueldo más o menos digno, sin tanta dependencia hacia la pauta publicitaria, puesto que la gente paga por ver televisión y, de esos recursos, se pagan nóminas a grupos de periodistas, camarógrafos, editores para la producción de la programación local (p. 127).

En el 2016 luego de más de medio siglo de conflicto armado interno con la guerrilla, Fuerzas Armadas Revolucionarias FARC, se firmó el Acuerdo final para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera en Colombia. En el punto 2.2.3. de este tratado, denominado, participación ciudadana a través de medios de comunicación comunitarios, institucionales y regionales, se establece que:

Los medios de comunicación comunitarios deben contribuir a la participación ciudadana y en especial a promover valores cívicos, el reconocimiento de las diferentes identidades étnicas y culturales, la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, la inclusión política y social, la integración nacional y en general el fortalecimiento de la democracia” (Oficina del Alto comisionado para la Paz, 2016).

Asimismo, se estipuló como compromiso del gobierno nacional promover la capacitación técnica de los trabajadores de los medios comunitarios, financiar la producción y divulgación de contenidos orientados a fomentar una cultura de paz con justicia social y reconciliación y abrir nuevas convocatorias para la adjudicación de radio comunitaria.

A partir del 2017 se empezó a identificar una reorientación normativa con aspectos favorables para este modelo de televisión, siendo la Ley 1834 de 2017 de fomento de la Economía Creativa y Ley Naranja una de ellas, ya que su objeto (artículo 2) es desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas, integrando entre otros sectores al audiovisual, promoviendo su crecimiento e identificándolo como un sector generador de empleo de calidad, motor de desarrollo, y que fomenta el tejido social y humano, así como la identidad y equidad. En ese sentido, en el artículo 5, numeral 6 estipula que se promoverá el desarrollo de las industrias creativas, con miras a que estas se conviertan en vehículos de integración y resocialización como generadoras de oportunidades laborales y económicas, mediante el reconocimiento de la difusión de contenidos locales independientes, impulsando vías de circulación tales como radio pública y comunitaria o TV pública (Congreso de la Republica de Colombia, 2017).

Actualmente en Colombia, la Comisión de Regulación de las Comunicaciones¹ y el Ministerio de las TIC son los órganos estatales que se encargan de otorgar las licencias y títulos para prestar el servicio de televisión en las modalidades definidas: pública, privada, regional, local y comunitaria. La norma vigente que regula el servicio de TV comunitaria es la Resolución 650 de 2018², que la define en su artículo 4 como “el servicio de televisión cerrada sin ánimo de lucro prestado por las comunidades organizadas, que tiene como finalidad satisfacer necesidades educativas, recreativas y culturales, y cuya programación de producción propia tiene un énfasis de contenido social y comunitario” (Autoridad Nacional de Televisión, 2018).

La Resolución también estipula que su funcionamiento se basa en las siguientes premisas: la cobertura autorizada, esto es, 6.000 asociados como máximo, es decir, el número tope de personas que pueden tener el servicio previo pago mensual o bimestral, sin embargo, dicha cantidad puede aumentar cuando el licenciatario comunitario informe a la ANTV, hoy Comisión de Regulación de las Comunicaciones, y remita copia del plano esquemático, sin que pueda superar los límites geográficos del respectivo municipio (Parágrafo 2 del Artículo 14).

En cuanto al valor de compensación, esto es, el dinero que estos sistemas comunitarios deben abonar a la Comisión de Regulación de las Comunicaciones para el financiamiento de la televisión pública, la Resolución 650 manifiesta que este valor se calculará de acuerdo con los ingresos brutos mensuales provenientes de la explotación del servicio de TV y según la cantidad de habitantes del municipio (Artículo 16), así: entre 1 y 20.000 habitantes, se pagará el 0,20% de los ingresos brutos mensuales; entre 20.001 y 100.000 habitantes, el 0,40% y más de 100.001 habitantes, el 4%. Cuando los ingresos brutos mensuales sean superiores a 127 salarios mínimos legales vigentes en Colombia, el valor de la compensación será del 5,9%, independientemente del número de habitantes (Autoridad Nacional de Televisión, 2018).

En producción propia, la Resolución 650 indica que se deben producir entre tres y seis horas semanales, dependiendo del número de asociados que, como se dijo, debe ser de 6000 como máximo. Además, pueden ofertar como máximo seis canales codificados, o sea, los que pagan derechos de autor. Recordar que las TV comunitarias de Colombia ofertan

¹ Esta Comisión reemplazo a la Autoridad Nacional de Televisión. Y esta, a su vez, había reemplazado a la Comisión Nacional de Televisión.

² El análisis de las normas que han regulado la TV comunitaria de Colombia en los últimos cuatro periodos presidenciales de Colombia se encuentra en Angulo (2021).

tres tipos de canales: los codificados como ESPN, Fox, History, entre otros, los de señal incidental o gratuita nacionales o internacionales y el canal comunitario (Autoridad Nacional de Televisión, 2018). Esta norma les prohíbe adelantar proselitismo político o religioso. Si contravienen esta disposición, se hacen acreedoras a sanciones y multas.

En el 2019 se expidió Ley 1978 “Por la cual se moderniza el Sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones -TIC, se distribuyen competencias, se crea un Regulador Único y se dictan otras disposiciones”. Con esta Ley se creó la Comisión de Regulación de Comunicaciones y se suprimió de la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV), de esa manera este nuevo órgano Estatal se encargará de la provisión de redes y servicios de telecomunicaciones, incluyendo el servicio de televisión abierta radiodifundida y todas las demás modalidades del servicio de televisión y el servicio de radiodifusión sonora. Estableció que la televisión comunitaria sin ánimo de lucro conserva su naturaleza jurídica de acuerdo con las normas que les sean aplicables a la entrada en vigencia de la presente Ley, creó un plan de incentivos para estos sistemas, bandas exentas del pago de contraprestaciones para programas sociales del Estado, ampliación de cobertura en zonas rurales y exceptúo del pago de la contribución anual a la CRC durante los cinco (5) años siguientes a la entrada en vigencia de la presente Ley.

También creó un fondo único de TIC; se cambió la manera como se asignaba el espectro electromagnético, teniendo como premisa el “bienestar social y la certidumbre de condiciones de inversión”; modificó el pago de contribución de operadores a una periodicidad anual sobre los ingresos brutos, promueve los contenidos multiplataforma para contribuir a la participación ciudadana e inclusión social y política; y se establece el ingreso de nuevos proveedores del servicio de la TV en la modalidad abierta sólo digital, entre otras modificaciones a la regulación de comunicaciones nacional (Ministerio de las TIC, 2019).

Se podría decir que esta ley tiene una orientación hacia el mejoramiento del acceso a las TIC en los territorios rurales y empobrecidos, así como la reducción en las brechas de distribución del espectro electromagnético, pues determina que su asignación se dará a partir de estudios técnicos y económicos, con el fin de fomentar la competencia, la inversión, la maximización del bienestar social, el pluralismo informativo, el acceso no discriminatorio y evitar prácticas monopolísticas (Ministerio de las TIC, 2019).

Uno de los aspectos que generó inconformidades en el sector de la TV pública fue el Art 10 donde se reglamenta que hasta el 60% de pago de obligaciones de operadores privados se podrá efectuar mediante acciones que amplíen cobertura, bajo la supervisión de MIN TIC,

lo cual supone que prestadores del servicio paguen sus obligaciones con la construcción de infraestructura tecnológica, que a su vez será utilizada para prestar sus servicios, generando una posible disminución en el presupuesto dirigido a la producción de contenidos propios en el caso de la TV pública.

Metodología

Esta investigación tiene un enfoque cualitativo, el cual se fundamenta en el razonamiento inductivo, es decir que parte de una idea, recolecta los datos, realiza hallazgos, estructura una hipótesis para en definitiva proponer una teoría. Además, permite que el investigador y los individuos estudiados se involucren en un proceso interactivo desde contextos particulares (Schutt, 2019). El diseño se sustenta en la teoría fundamentada, derivada de los datos recabados de forma sistemática y analizados científicamente, pues la información, el análisis y la teoría surgida mantienen una estrecha relación entre sí (Strauss & Corbin, 2002).

Los métodos elegidos son la cartografía social, la observación en trabajo de campo, la entrevista a profundidad, el grupo focal y la etnografía digital.

Métodos

La cartografía social consiste en el mapeo y caracterización del territorio desde la conversación, así pues, “hilando la palabra cada participante a través de su relato aporta en un gran relato –metarrelato- colectivo” (García Barón & Colombia, 2005). También se explica como un texto que se escribe de manera colectiva, pues la idea es que a partir del intercambio de experiencias se generen nuevos sentidos sobre el territorio y nuevas cartografías que mapeen lo que ha sido invisible para las cartografías hegemónicas (Diez Tetamanti, 2018).

La entrevista a profundidad tiene como finalidad tener una comprensión más empática (Soler, 2011), de un fenómeno, situación o acontecimiento, desde las perspectivas de quienes las viven y experimentan. El grupo focal es una herramienta de investigación que utiliza la conversación dinámica para aprender de determinada situación. Así, un grupo de personas dialoga en torno a un tema propuesto por el investigador (Mella, 2000). La meta del grupo focal es propiciar diálogos libres con lo cual la información resultante es cualitativa y relativamente desestructurada (Schutt, 2019), y pueden ser registrados bien sea mediante notas de campo o grabaciones de las sesiones.

La etnografía digital, comprende el análisis, descripción y explicación de la complejidad de las prácticas y las culturas digitales (Barajas & Carreño, 2019), así como la construcción y apropiación de en la web. Así, las formas de relación social en el escenario virtual suponen un reto para los investigadores sociales y abren nuevos campos para el análisis en el terreno de la metodología cualitativa (Domínguez, 2007).

La muestra de radio y televisión comunitaria del Tolima abordará, en una primera fase de estudio, los siguientes municipios (ver figura) y criterios de elección: Cajamarca: cuenta con televisión comunitaria con más de diez años de funcionamiento; Planadas: cuenta con televisión comunitaria con más de diez años de funcionamiento.

Figura 3. Ubicación de los municipios de Cajamarca y Planadas en el Tolima.



Fuente: elaboración propia

La matriz metodológica de la investigación, con sus correspondientes objetivos, métodos y muestras se presentan en esta tabla.

Tabla 1. Matriz metodológica.

Objetivo General	Objetivos Específicos	Método	Muestra
Caracterizar/conocer las condiciones (funcionamiento, sostenibilidad) e incidencia en la audiencia de la producción análoga y digital (transmedia) de la televisión comunitaria del departamento del Tolima, Colombia.	Diagnosticar las condiciones de funcionamiento y sostenibilidad de las televisiones comunitaria del departamento del Tolima, Colombia.	Cartografía social (fase 1)	Dos municipios del Tolima, elegidos como muestra cualitativa.
	Identificar la influencia en la audiencia de la producción análoga y digital de la televisión comunitaria en el departamento del Tolima, Colombia.	Entrevistas a profundidad (fase 2)	Un director/productor de cada televisión comunitaria.
	Definir propuestas desde el ámbito legal y formativo para que las televisiones comunitarias del Tolima garanticen su funcionamiento y sostenibilidad en el mediano y largo plazo.	Grupo focal (fase 2)	De ocho a diez habitantes de Cajamarca, guardando equivalencias en función de género y grupo étnico.
		Etnografía digital (fase 3)	Análisis de una red social y de una producción audiovisual de cada una de las TV comunitarias de los municipios.

Fuente: elaboración propia

Resultados de la cartografía social

El conflicto armado es un factor que dificulta el ejercicio periodístico en Planadas, pues en palabras del productor de TV Café, “existen temas que no se deben tocar para evitar”. En Cajamarca los participantes del grupo focal mencionaron el tema como si fuese superado, sin embargo, se aclaró que hubo una época de mucha violencia por enfrentamientos de la guerrilla y la fuerza pública.

El acceso a tecnología y conectividad es otro factor central para el buen funcionamiento de este medios de comunicación, no obstante, en Planadas se identificó que solo se cuenta con una cámara semiprofesional y el celular de uso personal del reportero para realizar contenidos propios, la conectividad es intermitente en el casco urbano y en la zona rural mayoritariamente no hay cobertura, lo cual afecta el funcionamiento del canal comunitario dado que las redes sociales se han convertido en un medio central del ejercicio informativo del municipio. En Cajamarca, se posee una cámara semiprofesional para la producción de contenidos propios y el acceso a internet en la zona urbana es regular y en la rural se ha venido aumentado la cobertura. En Cajamarca, se aprecia un importante avance en la adquisición

de infraestructura física para mejorar el servicio que presta de internet al pasar a calidad de fibra óptica; en cuanto a Planadas, el gerente manifiesta que les gustaría ampliar la cobertura en la parte rural aprovechando la Ley 1978 y los incentivos que propone para las televisiones comunitarias para llevar internet a la zona rural, pero aún no saben cómo participar.

La financiación mayoritariamente proviene del pago de suscripción de los asociados por el servicio de TV por cable o de TV en internet en el caso de COOVISIÓN en Cajamarca, pues aún no se cuenta con una estrategia de pauta publicitaria en ninguno de los dos casos. En TV Café de Planadas, considerando que la economía local depende mayoritariamente de la venta de cosechas de café, el pago de las suscripciones tiende a atrasarse hasta por seis meses, lo cual complejiza la autosostenibilidad, sin embargo, a diferencia de Cajamarca, la comunidad ha empezado a realizar pequeños apoyos económicos para facilitar la producción propia, tales como alimentación, transporte o alojamiento cuando se realizan reportajes en zona rural. En los dos casos, los recursos captados apenas alcanzan para el sostenimiento de la parabólica, sin quedar recursos disponibles para la adquisición de nuevas herramientas tecnológicas o capacitación del equipo de trabajo.

Resultados de las entrevistas y grupos focales

Al indagar a los gerentes de las dos televisiones comunitarias por cómo es el relacionamiento con el Estado en las dinámicas propias del funcionamiento de las parabólicas, específicamente con la anterior Comisión Nacional de Televisión o la actual Comisión de Regulación de Comunicaciones o el Ministerio de las TIC, manifestaron que se limita a ser de emisión de directrices y verificación de cumplimiento de trámites como pago por compensación e, incluso, se percibe con cierto grado de temor, pues, según su experiencia, la única intervención estatal se da a la hora de implementar sanciones, no para orientar, acompañar y menos fomentar el funcionamiento de la televisión comunitaria. Aunque el actual Ministerio de las TIC ha implementado acciones de mejoramiento, los dos gerentes coinciden en que las condiciones de sostenimiento y competencia establecidas en la ley conducen más a la desaparición de este modelo de televisión que su fortalecimiento.

Al realizar un análisis de las disposiciones legales concernientes al modelo de televisión comunitaria en Colombia, se determinó que existe un contexto normativo adverso que ha configurado un margen de funcionamiento en desventaja con el modelo de televisión por suscripción, el cual se empezó a implementar una vez se promulgó el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos.

La Ley 1978 de 2019 ha sido vista como una esperanza para mejorar el funcionamiento de las televisiones comunitarias, pues a pesar de que mantiene el marco normativo ya establecido, modificó el pago de contribución de operadores a una periodicidad anual sobre los ingresos brutos, promueve los contenidos multiplataforma para contribuir a la participación ciudadana, creó un plan de incentivos para estos sistemas, bandas exentas del pago de contraprestaciones para programas sociales del Estado, ampliación de cobertura en zonas rurales y exceptúo del pago de la contribución anual a la Comisión de Regulación de las Comunicaciones durante los cinco (5) años siguientes a la entrada en vigencia de la presente Ley. Sin embargo, en el caso del Tolima se evidenció que no se ha desarrollado socialización o acompañamiento para que las televisiones comunitarias puedan acceder a aquellos beneficios.

A partir de la realización de entrevistas a profundidad, etnografía digital y un grupo focal se identificó que la incidencia de la producción análoga y digital de las televisiones comunitarias TV Café Planadas y COOVISIÓN de Cajamarca tiene una incidencia positiva en la comunidad, pero no responde a sus demandas de participación, temáticas, formatos, géneros y medios digitales, sin alcanzar el potencial social que tiene un medio comunitario, el cual debería tener un proyecto comunicativo orientado a la educación, al reconocimiento identitario y cultural, a la resolución de problemáticas locales y a viabilizar las propuestas de desarrollo de la comunidad, así como a estimular la inteligencia, brindando información que sirva como herramienta para el ejercicio ciudadano. Además de democrática, debe ajustarse a las exigencias técnicas, estéticas y discursivas de su público y, sobre todo, es un proceso dialógico, en el que todas las personas son interlocutores, de quienes además se puede aprender.

A pesar de ser una labor comunicativa incipiente, tanto en las entrevistas como en el grupo focal se valora como necesaria y positiva para el municipio. Así mismo, se manifestó en estos espacios que es necesario que se empiece a producir un noticiero diario, se mejore la calidad de los vídeos y se le dé un mayor aprovechamiento a los recursos digitales y redes sociales para hacer más llamativos los contenidos.

Aunque los gerentes han invitado a integrantes de la comunidad a participar en la producción de contenidos propios, no se ha tenido una respuesta favorable; así las cosas, la manera como hay participación de la ciudadanía es a partir de las entrevistas realizadas o la divulgación de información solicitada como servicio social. En el grupo focal se manifestó la disposición de participar en producción propia, siempre que exista un proceso de formación y algún estímulo económico.

Resultados de la etnografía digital

Al realizar la etnografía digital con el fin de observar de qué manera estos dos medios se están incorporando en ecosistemas digitales se pudo evidenciar que, en los dos casos, predomina un modelo teleológico informativo no muy desarrollado pues el aprovechamiento de recursos multimedia es reducido, utilizando solamente video, texto y fotografías, sin implementar otro tipo de recursos como infografías, animaciones, spots, reportajes, documentales u otros recursos disponibles para la web. La interactividad solo se efectúa mediante el *inbox del fanpage* y los comentarios que se realizan tanto en Facebook, como en la página web y en el canal de YouTube, los cuales además no reciben una oportuna respuesta. La página web de COOVISIÓN cuenta con una interfaz amigable, segmenta la información por categorías acordes a su público objetivo, una propuesta narrativa limitada a publicar documentos correspondientes a trámites de la televisión comunitaria, información general de los servicios ofertados, mientras que TV Café Planadas cuenta con un Blog donde sube los fotografías y pequeñas noticias y eventualmente los vídeos producidos para la emisión análoga. Ninguna de las dos páginas se encuentra adaptada a smartphone. Por otro lado, ni en las páginas en Facebook ni en la de YouTube, se proponen categorías de segmentación de los contenidos.

En cuanto al talento humano con el que cuentan estas dos experiencias, se detectó que la TV de Planadas genera cinco empleos, cuatro de cargos administrativos y soporte técnico, y uno encargado del canal comunitario, quien, de manera empírica, se encarga de ser reportero, camarógrafo, editor, *community manager* y gestor de recursos. En COOVISIÓN de Cajamarca, se cuenta con seis personas vinculadas, pero en este caso la gerente, con el apoyo de voluntarios, hace las veces de productora de contenidos.

Discusión

Gracias a la información recabada, a partir de los métodos de la cartografía social, entrevistas a profundidad, grupos focales y etnografía digital se evidenció que la mayor motivación de creación de los dos canales comunitarios estuvo relacionada con tener una fuente de contenido informativo local y un medio para visibilizar las potencialidades del territorio, con miras a aportar en los desarrollos económicos, sociales y culturales de cada municipio.

Se constata que la normativa en nuestro país no atiende la realidad de los operadores y de los territorios donde hacen presencia las televisiones comunitarias, por el contrario, han propiciado una acelerada desaparición o migración al modelo de TV por suscripción, pues en el 2012 había 32 TV comunitarias y al 2021 solo quedan dos. Esta situación como se

enunció en el planteamiento del problema de la presente investigación genera centralización de la información, ya que se da un déficit de información local, afecta el cumplimiento de los acuerdos para la construcción de una paz estable y duradera, elimina una fuente de empleo local y se pierde el potencial que estas organizaciones podrían tener para contribuir en los desarrollos locales.

A pesar de todas las limitaciones, las televisiones comunitarias de Planadas y Cajamarca son valoradas por la oportunidad que representan de ver en la pantalla las historias locales, pues como afirmó Jesús Martín-Barbero (Barbero, 2009):

En la actualidad las personas no reclaman representación, sino reconocimiento y estas apuestas independientes han sabido desligarse, tanto de las agendas políticas y privadas, como de movimientos radicales que reducen los relatos a quienes adoptan una posición, sin dejar cabida a la diversidad.

Así las cosas y de acuerdo a las características que Alfonso Gumucio Dagron (2019) plantea que debe tener todo medio comunitaria, TV Café Planadas y COOVISIÓN de Cajamarca tienen el reto de integrar a la comunidad para tratar de convertirse en portavoz de sus expresiones democráticas y difundir contenidos que aporten a la solución de problemáticas locales, debe trabajar por tener una parrilla de programación variada y con contenidos con una apuesta estética atractiva; y tener mayor pertinencia cultural visibilizando la memoria, tradiciones, cosmologías y cosmogonías procurando que sean narradas por sus protagonistas.

La adaptación al ecosistema digital de estos dos medios comunitarios es prioritaria, puesto que las nuevas tecnologías están transformando la forma como se relacionan las personas en las sociedades contemporáneas, pudiendo ser potenciadoras de la acción comunitaria; así pues, será deber de los gestores de estos modelos de comunicación trabajar en la implementación de nuevas formas de construcción de mensajes, narrativas, mercados e interacciones, pues ya no se puede pensar bajo la lógica de tener audiencias pasivas, sino, por el contrario, se debe considerar que en la actualidad la ciudadanía tiene todas las herramientas para decir lo que piensa, lo cual es una oportunidad de oro para los medios comunitarios, pues se pueden valer del alcance global de las redes sociales para intercambiar experiencias culturales y tejer alianzas en favor de la autosostenibilidad del proyecto, como para hacer interactivos y atractivos sus contenidos a partir de narrativas transmedia. También tienen el reto de capacitarse para la formación de los públicos y la alfabetización digital, propendiendo por un pensamiento crítico a la hora de consumir y crear contenidos, siempre pensando en cómo se pueden aprovechar las nuevas tecnologías para solucionar problemáticas locales.

No se puede perder de vista que en la actualidad asistimos a la conformación de nuevos ecosistemas mediáticos que convergen en la internet, por lo que se recomienda la implementación de estrategias de formación y producción de contenidos digitales, transmedia y multiplataforma para la televisión comunitaria del departamento del Tolima, pues se podrán aprovechar las redes sociales para que sus relatos logren trascender las fronteras nacionales, generando nuevos ingresos, pero también aumentando los niveles de participación, interlocución e interacción de la ciudadanía con el medio autosostenible.

Conclusiones

De acuerdo con este diagnóstico, se hace necesario establecer dentro de las funciones tanto del Ministerio de las Tecnologías de la Información, como de la Comisión Nacional de Comunicaciones, la obligación de desarrollar con periodicidad acciones encaminadas a formar con estrategias pedagógicas y didácticas a los operadores de TV comunitarias sobre la aplicabilidad de la norma y las distintas posibilidades que establezca el Gobierno Nacional para su fomento. No se puede perder de vista que en la actualidad asistimos a la conformación de nuevos ecosistemas mediáticos que convergen en la internet, por lo que se recomienda la implementación de estrategias de formación y producción de contenidos digitales, transmedia y multiplataforma para la televisión comunitaria del departamento del Tolima, pues se podrán aprovechar las redes sociales para que sus relatos logren trascender las fronteras nacionales, generando nuevos ingresos, pero también aumentando los niveles de participación, interlocución e interacción de la ciudadanía con el medio autosostenible.

De esta manera, y de acuerdo a lo planteado por la teoría fundamentada, la interpretación del fenómeno de declive del modelo de televisión comunitaria en el departamento del Tolima, a partir de la experiencia tanto de sus gerentes, como de trabajadores y espectadores tiene múltiples factores, es posible inferir que la dificultad en la financiación, la falta de capacitación tanto administrativa como periodística, el déficit de personal, las brechas en el acceso de tecnología y conectividad, la desventaja para competir con las televisiones por suscripción y la falta de cohesión social frente al proyecto, han ocasionado su desaparición progresiva, al punto tal de llevarla casi a su extinción; esto se debe inicialmente a un marco normativo nacional con marcadas restricciones y sanciones relacionadas con la cobertura, producción propia, programación codificada y pago por suscripción; así como a la incapacidad de las gerencias para vincular activamente a las comunidades en el funcionamiento de la televisión comunitaria, de generar redes de apoyo o cooperación con otros proyectos a nivel nacional y de adaptarse a las exigencias y oportunidades de la comunicación digital.

En este panorama de enormes retos, pero también oportunidades, una ruta esperanzadora sería una reforma estructural del marco normativo referido al modelo de TV comunitaria para que transite de una concepción de libre mercado, a la de la garantía del derecho a informar y ser informado como pilar para el ejercicio democrático y desarrollos con enfoque territorial de la nación, acompañado de un plan de formación en administración pública, gestión cultural, comunicación estratégica, periodismo y producción transmedia. De no ser así, el pronóstico que se vislumbra a corto y mediano plazo es la desaparición de la televisión comunitaria en Colombia.

Referencias

- Angulo, L. (2013). Tv comunitaria en colombia: *Revista Luciérnaga*.
- Angulo, L. (2021). ¿Quo Vadis, televisión comunitaria? Presente y futuro de esta TV de proximidad a partir del análisis de la normativa audiovisual en cuatro periodos presidenciales de Colombia. *Espacios*, 42(18), 32–47. <https://doi.org/DOI: 10.48082/espacios-a21v42n17p03>
- Angulo, L., Moreno, A., & Díaz, N. (2018). Réquiem por la televisión comunitaria de Colombia: influencia de la legislación comercial y audiovisual del país en contra de esta televisión de proximidad. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação Iberian Journal of Information Systems and Technologies Recebido/Submission*., E 16, 11, 234–246.
- Angulo, S. (2012). *Televisión y periodismo comunitarios en la ruta del desarrollo humano: modelos y fundamentos*. Universidad del Tolima.
- Autoridad Nacional de Televisión. (2006). *Acuerdo 009 de 2006*.
- Autoridad Nacional de Televisión. (2013). *Resolucion 433 de 2013*.
- Autoridad Nacional de Televisión. (2018). *Resolucion 650 de 2018*.
- Autoridad Nacional de Televisión. (2019). *Directorios de televisión comunitaria de Colombia*.
- Barajas, K. B., & Carreño, N. P. (2019). Desafíos de la etnografía digital en el trabajo de campo onlife. *Virtualis*, 10(18), 134–151.

-
- Chaparro, M. (2002). *Sorprendiendo al futuro. Comunicación para el desarrollo e información audiovisual. Primera ed. Barcelona: Los libros de la frontera (Comunicación)*. Los libros de la frontera (Comunicación).
- Congreso de la Republica de Colombia. (2017). *Ley 1834 de 2017 Ley de Fomento de la Economía Creativa y Ley Naranja*. Ley de Economía Naranja.
- Dagron, A. G. (2019). TV comunitaria: ni púlpito, ni pulpo: pálpito.
- Dirección de Industrias de Comunicaciones. (2022). *Directorio de los licenciarios comunitarios del 2019 al 2021* (pp. 1–362). Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.
- Fundación para la Libertad de Prensa. (2017). *El periodismo local se extingue en Colombia*.
- García Barón, C., & Colombia, E. (2005). Barrios del mundo: historias urbanas la cartografía social... pistas para seguir. *Encuentro internacional barrios del mundo*. Bogotá.
- Ministerio de las TIC. (2019). *Ley 1978 de 2019 Ley de Fomento de las TIC (Colombia)*. MinTic.
- MinTic Colombia. (2018). *El futuro digital es de todos*.
- Oficina del Alto comisionado para la Paz. (2016). *Acuerdos de Paz de La Habana*. Acuerdo Final Para La Terminación Eel Conflicto y La Construcción de Una Paz Estable Y Duradera.
- Presidencia de la República. (2019). *Ley 1978 de 2019*.
- Schutt, R. K. (2019). Investigating the Social World: the Process and the Practice of Research. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Ninth, Vol. 53, Issue 9). Sage.
- Soler, P. (2011). La investigación cualitativa. In L. Vilches (Ed.), *La investigación en comunicación. Métodos y técnicas en la era digital* (pp. 189–236). Gedisa. <https://doi.org/10.1192/bjp.111.479.1009-a>

Strauss, A., & Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Universidad del Antioquia.

Zabaleta, I., Xamardo, Ni., Peñafiel, C., & Agirreazaldegui, T. (1998). La tv de acceso público por cable y el euskara: un futuro compartido. *Zer, Revista de Estudios de Comunicación*, 5, 95–119.