

FL

**Por un sistema
de televisión privada
democrática en Colombia**

Guillermo Peñalosa Londoño

**Texto de la presentación de
GUILLERMO PEÑALOSA LONDOÑO,
Presidente de Producciones Punch S.A.
en el seminario de la UCEP
"PERSPECTIVA DE LOS
MEDIOS PUBLICITARIOS
PARA LOS 90's:"**

Cali, Octubre 27, 1989.

Antes que nada, quiero agradecer a la UCEP y a su Directora, Genoveva de Samper, el que me hayan incluido entre los oradores de este evento que revisite la mayor importancia, especialmente en momentos en que se discute en el Congreso y en diferentes foros de importancia nacional, el modelo de organización que deberá tener la televisión en Colombia durante los próximos años.

Sería difícil exagerar la importancia que ha tenido la televisión en la integración de nuestro país y en la conformación de lo que hoy es la cultura de los colombianos. Realmente, antes de la introducción de la televisión, Colombia era sólo una suma de regiones casi sin ninguna relación entre ellas, con problemas muy graves de comunicación y sin medios que permitieran a los ciudadanos de una región tener siquiera una idea sobre cómo eran y cómo vivían los habitantes de otras regiones.

Hoy, el 97% de los hogares urbanos y suburbanos colombianos, tienen por lo menos un aparato de televisión. Cada noche en más de 5 millones de hogares colombianos, más de 20 millones de personas se sientan frente a su aparato de televisión a recibir informaciones, a entretenerse y a recibir concepciones de lo que debe ser y no debe ser; a asimilar valores. La gran encuesta realizada por Anif, sobre el uso del tiempo de los bogotanos, mostró que éstos dedican el 33% de su tiempo libre a ver televisión. Hacia las 8 de la noche, más de 8 de cada 10 bogotanos están viendo televisión.

Es muy peligroso tomar decisiones sobre lo que se debe hacer con la televisión en Colombia, basados en analogías con lo que se ha hecho o se haga en países cuya realidad es radicalmente diferente a la nuestra. El ingreso per cápita de un país desarrollado, es 10 y más veces el de Colombia. En un país como el nuestro, son muy pocas las opciones de recreación y entretenimiento que tienen los ciudadanos, por lo que la televisión adquiere una importancia

muy diferente a la que pudiera tener en países como Francia o los Estados Unidos. Desde la perspectiva de la información ocurre otro tanto diferentes a la televisión. En los países ricos son múltiples las fuentes de información con que cuentan los ciudadanos pues tienen capacidad de comprar muchas revistas, periódicos, libros.

LA TELEVISION YA ES PRIVADA

A mí me causa gracia que se venga discutiendo con tanto fervor el tema de la privatización de la televisión en Colombia. En Colombia casi desde que llegó la televisión a nuestro país han sido empresas privadas las responsables de producir y programar la inmensa mayoría de la televisión en Colombia. Soy el Presidente de una empresa privada que tiene 34 años de existencia, y como Punch hay otras 25 programadoras privadas que también comparten la responsabilidad de la producción televisiva en Colombia. Hay muchas empresas privadas productoras de bienes y servicios que trabajan primordialmente a través de licitaciones del Estado y a nadie se le ha ocurrido decir que estas empresas no son privadas. En Colombia hay por ejemplo empresas productoras de automóviles, sector en el que está restringida la entrada de nuevas empresas; están también los transportadores aéreos, los transportadores intermunicipales de pasajeros, aquellos responsables del transporte urbano en las ciudades, los transportadores marítimos, contratistas de ingeniería, para no mencionar a los numerosos proveedores privados de las empresas del Estado.

Aquellos interesados en sustituir el actual sistema privado de televisión, relativamente pluralista y democrático por un sistema de televisión privada monopolística, han sido exitosos en convencer al público televidente de que lograría extraordinarias ventajas en caso de optarse por la televisión privada monopolística. ¿Por qué será que los colombianos creen que una televisión monopolística sería mejor que la que tienen? Primero porque existe insatisfacción con parte de la televisión actual en Colombia. Eso no

es extraño. Cualquiera que haya viajado o que haya estudiado el tema, es perfectamente consciente de que en todos los países del mundo, existe algún grado de insatisfacción con la televisión. Los ingleses, los franceses, y aún los norteamericanos, critican permanentemente la calidad de su televisión.

En los países que se citan como ejemplo a seguir, por lo que en ellos se ha instaurado un sistema de televisión privada monopolística, como son Argentina, México, Bolivia, Brasil, Venezuela, Perú, también existe una gran insatisfacción con la televisión que se ofrece. De ninguna manera el hecho de que se haya optado por un sistema privado monopolístico, ha resuelto el problema de que subsista insatisfacción con la calidad de la televisión. En Colombia basta imaginar que las dos grandes cadenas a través de las cuales hoy emiten 25 programadoras, estuvieran en manos de dos grandes empresas. ¿Sería que estos canales monopolísticos, producirían una televisión mejor? ¿Por qué? En lugar de haber más competencia, habría mucho menos competencia. ¿Qué nos lleva a pensar que grandes empresas pesadas y burocratizadas por su carácter monopolístico, podrían hacer una televisión mejor que la que hoy producen muchas empresas medianas y pequeñas que compiten ferozmente por su supervivencia?

Con alguna frecuencia se cita el ejemplo de la radio colombiana, como el mejor argumento para ampliar el número de canales en la televisión. Realmente, la producción de radio es totalmente diferente a la producción de televisión. Producir radio tiene unos costos muchísimo menores que los de la producción de televisión. En el caso de programas periodísticos se limita a la contratación de algunos periodistas especializados y en la mayor parte del resto, los gastos de programación se limitan a la emisión de música, lo que prácticamente no tiene costo. En cambio, producir media hora de un dramatizado de televisión, cuesta más de 3 millones de pesos. ¿Por qué nos hemos llegado

a convencer de que nuestra radio es una radio ejemplar a nivel internacional y que la televisión no? La radio, a diferencia de la televisión no se exporta. Son muchos en cambio los programas de televisión colombianos que se han logrado exportar, generando no sólo divisas para el país, sino también la promoción de la cultura colombiana en otros lugares.

¿Es realmente mejor la televisión de otros países? Es bien sabido para los expertos en televisión, como los que hoy se congregan aquí, que los programas de más alta sintonía en Colombia son aquellos de producción nacional y no los importados, con excepción de algunas novelas latinoamericanas, de aquellas que precisamente son el blanco principal de la crítica. También vale la pena recordar que además de la producción nacional, en Colombia se ven los programas de mayor sintonía de otros países. No solamente los seriados, sino también los grandes especiales, deportivos, películas y en fin todo aquello que ofrece la mejor televisión del mundo.

COMO SERIAN LAS REFORMAS A LA TELEVISION

Entremos a los detalles de lo que podrían ser las reformas que algunos proponen para la televisión colombiana, orientadas a ampliar el número de estaciones de televisión por cuenta de empresas privadas. Habría 2 opciones radicalmente diferentes para llevar a cabo la ampliación de los canales. La primera sería, lo que yo llamaría la libertad de canales sin exigencia de cobertura nacional; es decir lo que podríamos denominar la libertad de canales locales.

Este esquema llevaría a que en los principales centros urbanos se instalaran una serie de canales de televisión de cobertura local. En Bogotá, donde está el 40% del mercado nacional para muchos de los productos que se anuncian en televisión, se concentrarían seguramente 2 ó 3 canales; en Cali, Barranquilla, Medellín podría haber 1 ó 2; y even-

tualmente 1 en algunas otras de las ciudades de más de 500 mil habitantes en Colombia. Aparentemente esto traería sólo beneficios: unas opciones más amplias para los televidentes. Pero hay que analizar la situación con mayor cuidado.

Hay países muy pequeños como Costa Rica con una población que apenas llega a la mitad de la población de Bogotá, con 6 canales de televisión. Sin embargo, en Costa Rica prácticamente no existe producción nacional. Los pocos programas nacionales son noticieros y programas de opinión de una baja calidad; pero no existen dramatizados nacionales. ¿Qué sucede? El presupuesto publicitario de las empresas no crece proporcionalmente al número de los canales. Así que en la medida en que se aumenten las estaciones emisoras de televisión, sencillamente se distribuye el presupuesto publicitario entre un mayor número de vendedores de publicidad. Así llega el momento en que es imposible de que las empresas de televisión cuenten con recursos suficientes para financiar su producción nacional. No nos engañemos; decretar la libertad de canales a nivel regional es decretar la muerte de la producción nacional de televisión.

En Colombia ya se puede ver que la ampliación de las emisoras de televisión a través de canales regionales y televisión por suscripción no ha producido un incremento significativo en la producción de dramatizados nacionales. Hoy los canales regionales pagan 60 mil pesos por media hora de telenovela venezolana, mientras que el costo de producción de media hora de una telenovela colombiana supera los 3 millones de pesos. Solamente el pago al protagonista de una telenovela es más del doble de lo que cuesta media hora de una telenovela importada. Sobre decir que al protagonista hay que agregarle el costo de todos los demás actores, vestuario, estudios, ambientación, equipos y otros muchos rubros.

ES CONVENIENTE PROTEGER LA PRODUCCION NACIONAL

Algunos de ustedes se preguntarán si vale la pena defender la producción nacional de televisión: yo estoy convencido que sí.

Mencionaba anteriormente cómo los televidentes colombianos prefieren los dramatizados colombianos a los extranjeros. La producción colombiana ha logrado un alto nivel de calidad en los programas infantiles, programas de opinión, noticieros, musicales y en los dramatizados en general. En su mayoría la programación nacional favorece la cultura colombiana, la integración nacional, los valores autóctonos y toca nuestra problemática. Cada vez hay más técnicos y artistas de excelente nivel. Un subproducto de la producción de dramatizados nacionales es el fortalecimiento del teatro, porque gracias al apoyo indirecto de la televisión, prospera la actividad teatral así como eventos musicales y otras expresiones culturales.

Sobra decir que la producción nacional de televisión genera empleo y un empleo generalmente creativo y muy bien remunerado. Las producciones nacionales incluso se exportan, generando divisas para el país y promoviendo a nuestra nacionalidad en otras latitudes. Como cualquier sector con potencial exportador, la producción nacional necesita de cierta protección para fortalecerse y penetrar progresivamente con mayor éxito los mercados internacionales.

Permitir que continúe creciendo la oferta de televisión sin ninguna correlación con el aumento de la demanda publicitaria, es condenar a la producción nacional, para quedarnos solo con "enlatados". Y digo permitir continuar, porque de hecho, los canales regionales han comenzado a absorber parte del poqué publicitario nacional que para televisión es de unos \$26.000 millones netos. Vale la

pena aclarar que el costo de la programación de las cadenas 1 y 2 es de \$25.000 millones. Es por esto que cuando los canales regionales "absorben" \$1.500 millones de este mercado, tambalea el sistema. Imaginemos lo que pasaría si se duplican los canales nacionales: los costos se doblan a \$50.000 millones y la pauta publicitaria se mantendría en \$26.000 millones. Frente a semejante crisis, la única opción para las cuatro cadenas sería suspender toda la programación costosa, y en particular, los programas dramatizados nacionales y reemplazarla por "enlatados" de México, Venezuela, España, generalmente de inferior calidad pero de muy bajo costo.

Para el proceso democrático colombiano, en que se busca fortalecer las regiones y los municipios, la creación de estaciones privadas de televisión que cubran solamente las grandes ciudades, las más ricas del país, va en contravía de la historia y de las necesidades políticas del momento. Autorizar la creación de canales que cubran solo los mercados más rentables, agregaría una nueva desventaja a la calidad de vida en las regiones alejadas, de los municipios más pequeños que no recibirían la señal de estas estaciones locales. Esta regionalización de la televisión sería elitista ya que sólo cubriría los mercados más rentables y tendría un costo en términos de la integración del país. Este país que todavía tiene grandes necesidades de unificación y de integración y que en buena parte ha sido integrado por la televisión, se vería afectado negativamente por esta desnacionalización de la cobertura de la televisión.

EL ESQUEMA CON EXIGENCIA DE COBERTURA NACIONAL

Habría un segundo esquema para ampliar el número de estaciones emisoras de televisión en Colombia. Sería uno que exigiera cobertura nacional a cualquiera que deseara crear una empresa emisora de televisión.

Bajo este esquema, se reduciría dramáticamente el número de nuevas empresas emisoras de televisión, ya que los gigantes costos de lograr cobertura nacional en un país como Colombia, con un área superior a la de varios países europeos sumados y con una topografía que hace difícil alcanzar muchos lugares, limitaría el número de empresas a un mínimo; cuando mucho se crearían dos empresas para la emisión de televisión con cobertura nacional. Vale la pena aclarar que cuando me refiero a dos empresas no me refiero exclusivamente a RCN y CARACOL, pues también podrían ser empresas conformadas por grupos de programadoras entre los cuales podría estar PUNCH o de otras empresas.

Este esquema de televisión privada monopolística es el que muchos tienen en mente cuando hablan de la su-puesta privatización de la televisión en Colombia. La televisión privada monopolística no garantizaría de ninguna manera una mejora en la calidad de la televisión en Colombia. Esto se puede concluir fácilmente, viendo cuál es la televisión que se ve en los diferentes países de América Latina, que han adoptado tal esquema, como es el caso en México, Perú, Venezuela, Argentina, Brasil, entre otros.

Lo grave es que sin ofrecer garantías de una mejora importante en la calidad de televisión que se ofrece, el sistema de televisión privada monopolística, sí presentaría gravísimos riesgos para la democracia política y la democracia económica en Colombia.

En un país subdesarrollado, donde los ciudadanos tienen una capacidad de compra muy limitada, solo un pequeño porcentaje de la población puede adquirir revistas, periódicos y en general disponer de fuentes variadas de información. En cuanto a la televisión, un mercado 28 veces menor que el de Francia y 141 veces menor que el de los Estados Unidos, no está en capacidad de sostener una diversidad de estaciones de televisión. Así, las empresas mo-

nopolísticas de televisión tienden a concentrar en manos privadas un poder político, tan enorme como injustificado. Cuando la empresa monopolística de televisión decide destruir a una figura política, puede hacerlo; o viceversa, si decide crear o apoyar a alguien que sea de su gusto, también lo logra.

Precisamente, el último número de la revista *Suma*, editada aquí en Cali, trae una traducción de un artículo de la revista *The Economist*, que es posiblemente la publicación de importancia mundial que de manera más sistemática apoya al sector privado y la privatización en general. Sin embargo, en este artículo de "The Economist", se hace referencia al excesivo poder político de Roberto Mariño, propietario del Grupo Globo del Brasil, que controla siete canales de televisión, el periódico *O Globo* de Rio, editoras de libros y revistas, productoras de alimentos, una industria de teléfonos, un banco de inversión, etc. Señalaba el artículo cómo Mariño, a través de sus cadenas de televisión y la prensa que controla ha construido al próximo presidente del Brasil, quien casi con seguridad será Fernando Collor De Melo. La revista "The Economist" señalaba cómo Mariño dijo que usaría "la máxima influencia posible" en favor del joven candidato. Decía el mismo artículo: "En Brasil TV Globo constituye la principal fuente de noticias de uno de los electorados más illetrados del mundo. Naturalmente el apoyo a Collor está condicionado a la oposición continuada del candidato al intervencionismo del gobierno en la empresa privada, precepto que sin embargo, de ninguna manera excluye la intromisión privada en el gobierno". El artículo también señalaba varios ejemplos de cómo el propietario de esta cadena de televisión frecuentemente ha decidido tumbar funcionarios públicos de varios niveles, con mucho éxito. Recientemente Mariño entfiló todo el poder de su televisión contra la curadora del Museo Histórico de Rio, por no haber aceptado una propuesta de exposición de su mujer. En una entrevista con el New

York Times Mariño dijo: "Suministramos toda la información necesaria, pero nuestras opiniones dependen de una u otra manera de mi carácter, de mis convicciones o de mi patriotismo".

El excesivo poder del imperio de **Globo** que tiene la capacidad de convertir a un cuasi-desconocido en el Presidente del Brasil, es comparable con el poder que tienen en otros países latinoamericanos las empresas de televisión privada monopolística como México donde la Familia Azcárraga es propietaria de TELEVISIA, que controla el 80% de la televisión, más cadenas radiales, Home Video, televisión por cable, etc. Esto contrasta con la situación en Colombia, donde con todos los inconvenientes que puedan existir, todavía no existe una gran fusión entre los propietarios de la televisión y los de la prensa escrita y donde en la televisión se pueden encontrar 10 noticieros y muchos programas de opinión con múltiples posiciones ideológicas, diferentes dueños, directores, además de los programas que dan cabida a los diversos movimientos políticos.

TELEVISION MONOPOLISTICA Y LIBRE EMPRESA

Los riesgos de un sistema de televisión privada monopolística no se limitan a la democracia política; también se extienden a la democracia económica.

¿Cómo podría cualquier empresa productora de un bien o servicio, competir con los bienes o servicios de un grupo económico propietario de una de las dos cadenas de televisión monopolísticas? ¿Cómo podría enfrentarse un productor de atún o de mermelada, papas fritas, cosméticos, jabones, en fin, casi de cualquier producto, a la competencia de un producto del grupo empresarial propietario de una de las dos grandes cadenas de televisión? Poco a poco, las grandes cadenas de televisión irían seguramente devorando empresas de productos alimenticios, de productos de consumo masivo de toda índole y consolidando un po-

der al que prácticamente ninguna empresa podría enfrentarse. Por ejemplo en Venezuela la Familia Cisneros es propietaria de VENEVISION y negocios que incluyen a los heredados Tío Rico, las Tiendas Maxi, las cadenas de supermercados CADA y Pepsi Cola de Venezuela.

En Colombia, hoy se dejan de vender \$1.105 millones semanalmente, teniendo en cuenta las tarifas publicadas. Dividido en 28 programadoras, estos disponibles no representan una amenaza. Pero concentrados en dos grandes empresas, con capacidad financiera para comprar empresas menores o lanzar productos masivos, estos disponibles convertidos en pauta publicitaria podrían eliminar cualquier competencia.

Otro punto importante para ustedes es que hoy las agencias y anunciantes ponen en duros aprietos a las programadoras de televisión, obligándolas a competir las unas contra las otras, logrando descuentos que en ocasiones son incompatibles con su propia supervivencia. Son muchas las opciones que tiene el anunciante, ya que existe una verdadera competencia entre las programadoras por recibir la pauta publicitaria. Competencia que no se limita al precio por supuesto, sino también a la calidad, a la sintonía de la programación. Bajo un sistema en el que no hubiera otra opción que las dos grandes empresas monopolísticas de televisión, se verían drásticamente reducidas las posibilidades de negociación de los anunciantes.

Algunos han dicho que podría limitarse la concentración del poder económico y político en estas grandes cadenas privadas, mediante leyes que limiten la concentración de la propiedad accionaria. En Colombia, la experiencia de los últimos años ha mostrado claramente cómo todas las reglamentaciones de esta índole, han sido burladas de una manera u otra. Es claro en el caso del sector supe-

bierno incluso vendió bancos, a quienes ya eran propietarios de bancos y corporaciones de ahorro y vivienda a los grandes grupos constructores. Para bien o para mal, no es posible en este momento en Colombia evitar este tipo de concentración accionaria. No podemos engañarnos a este respecto, diciendo que la consolidación de grandes grupos empresariales en la televisión con un poder económico y político excesivo podría evitarse a través de unas simples reglas.

EL MEJOR SISTEMA

Habiendo considerado los peligros que se enfrentan con los esquemas que algunos proponen, ustedes se preguntarán cuál es el sistema que considero ideal. Realmente creo, que con todos sus defectos el sistema de televisión privado que hoy tiene Colombia es el mejor, o por lo menos, el menos malo de todos los que se están planteando. Sin embargo, es evidente que este sistema podría mejorarse notablemente con algunas reformas.

Primero, la adjudicación que se realice debe ser equitativa para todas las programadoras. Cada una debe recibir en adjudicación una cantidad de horas proporcional al puntaje del registro y lo que es más importante, la adjudicación debe tener una proporcionalidad milimétrica entre horas buenas, regulares y malas para todas las empresas programadoras.

Segundo, las programadoras deben tener capacidad empresarial: capacidad de producción y comercialización que justifique su existencia. Actualmente hay un número excesivo de programadoras. Muchas son demasiado pequeñas puesto que su tamaño no les permite asumir los riesgos de la producción nacional al no tener estudios, ni equipos, ni cuerpos de ventas, en fin, la capacidad que les permitiera ser empresas realmente creativas, que aporten de una manera efectiva a la televisión colombiana. Creo que

deberíamos tener como máximo 15 programadoras. Cada una de estas tendría una adjudicación mínima de 8 horas y máxima de 20 horas. Cuando hablo de reducir el número de programadoras a sólo 15, no estoy sugiriendo que necesariamente se deban eliminar algunas programadoras pequeñas, sino que es necesario entrar en un proceso de fusión entre ellas.

Un tercer elemento indispensable para racionalizar el esquema de televisión en Colombia, es una adjudicación como mínimo a 10 años, renovables si ha habido cumplimiento como ocurre con las rutas aéreas o terrestres. No se pueden hacer las enormes inversiones necesarias en estudios y equipos para no mencionar en personal capacitado, si no se tienen unas garantías mínimas de estabilidad. ¿Cómo podrían las empresas de transporte aéreo, marítimo, o terrestre hacer las inversiones en equipos si no tuvieran garantizados más que 4 años de contrato?

En Inglaterra donde opera un sistema similar al colombiano se hace una adjudicación por períodos de 10 años y se renuevan automáticamente siempre y cuando las programadoras hayan cumplido con sus objetivos y responsabilidades. Coincidentalmente en Inglaterra son 15 las programadoras. Durante las últimas décadas, unas pocas que no han cumplido a cabalidad con sus compromisos han sido sustituidas por otras que estaban en lista de espera. Anecdóticamente vale la pena señalar que el sistema colombiano fue modelado con base en el de Inglaterra; desafortunadamente faltó copiar tres aspectos fundamentales: un número máximo de programadoras; garantía de estabilidad; y libertad de programación.

Este es el cuarto cambio indispensable para fortalecer la competencia dentro del sistema actual y mejorar la calidad de la programación: la libertad de la programación. Los funcionarios públicos que hoy deciden sobre la programación tienen una experiencia mucho menor que la de las

programadoras y no tienen porqué decidir sobre cada programa y cada cambio que se vaya a efectuar en la programación. Las programadoras deben tener libertad de programación, dentro de ciertos parámetros que les fije el gobierno para cada horario. El gobierno deberá fortalecer más bien su capacidad de vigilancia para sancionar a las programadoras que no cumplan con los parámetros establecidos.

Cabe también plantear la posibilidad que INRAVISION sea administrada de manera mucho más eficiente, como una empresa privada, cuyos accionistas, serían las diferentes programadoras. De esta forma se mantendría una competencia en programación entre las 15 programadoras pero una unión en la administración de la emisión.

En un país como Colombia, es definitivo que el gobierno mantenga una planeación y un control adecuado sobre la televisión. Esta responsabilidad, no puede ni debe ser delegada a entidades que están por fuera del control democrático.

Si el gobierno fracasa en el manejo de la televisión, ocurrirá en un costo político que puede ser pagado caminando al Director de Inravisión, o al Ministerio de Comunicaciones y eventualmente también en los resultados electorales.

El Consejo Nacional de Televisión actual, no obstante la calidad de las personas que lo conforman, no es un Consejo que responda ante la democracia. Los consumidores, los padres de familia y en fin todas las agrupaciones que están allí representadas, no pueden sustituir a todos los millones de colombianos que además de también ser consumidores y padres de familia, son aquellos que deben tener el poder final sobre la televisión a través del gobierno que eligen. El gobierno no puede lavarse las manos de la enorme responsabilidad que tiene sobre la televisión a través del mecanismo facilitista del Consejo existente.

LA RESPONSABILIDAD DE LOS ANUNCIANTES

Para terminar, quiero aprovechar esta oportunidad en que están reunidos los directivos de las principales agencias y empresas anunciantes para recordarles su responsabilidad en la definición de la televisión que ve el país. Nuestro país es un país con unos bajos niveles de educación, en un país en que los valores religiosos y aquellos éticos y morales que acompañaban a la religión, se han debilitado mucho a través del proceso de urbanización. Nuestro país es un país en que el sistema educativo nacional, no tiene suficiente claridad sobre la formación cívica y de valores de los ciudadanos; por lo tanto en Colombia la televisión tiene una importancia fundamental en la formación de valores, de actitudes y en general de la formación de los ciudadanos.

Como Presidente de una programadora, de ninguna manera estoy eludiendo la responsabilidad que nos compete en la programación, a todas las empresas programadoras. Sin embargo es obvio que las programadoras emiten únicamente aquello que los anunciantes compran; y desafortunadamente todavía muchos anunciantes en Colombia están dando demasiada atención, tal vez cortoplacista, a los puntajes de sintonía y están eludiendo su responsabilidad en la selección de una programación que forme ciudadanos. Hay programas de dibujos animados con unas dosis de violencia absolutamente inconcebibles que tienen el apoyo de muchos anunciantes; programas de violencia en todos los horarios, programas en que indefectiblemente se presenta la figura del empresario privado como abusivo y sin ningún principio ético ni sentido de responsabilidad patriótica; otros programas en que se presenta a todos los representantes del sistema democrático colombiano de manera sistemática como inmorales e incapaces.

Los políticos que conocemos personalmente, generalmente son capaces y trabajadores. Sin embargo de alguna manera asumimos que todos aquellos que no conocemos

son incapaces y corruptos. En buena parte hemos asimilado la imagen que nos ha proyectado la televisión. De ninguna manera se trata de defender ciegamente a los políticos de Colombia, pero lo cierto es que es indispensable que decidamos si queremos defender nuestra democracia, con las reformas que obviamente esta necesita.

Con frecuencia al visitar a las agencias, los anunciantes me preguntan el porqué la televisión colombiana está tan llena de violencia, de sangre, de truculencia, de maldad, de malas enseñanzas y señalan cómo les preocupa cada vez más el que sus hijos estén viendo ese tipo de televisión. Son algunos de ellos mismos los que están pautando en los programas más violentos y menos constructivos de la televisión y así, son entonces los que están promoviendo ese tipo de televisión.

Sería muy positivo que los directivos de las grandes empresas anunciadoras de este país se tomaran un tiempo para mirar los programas en los que están pautando. ¿Proponen una imagen digna del ser humano? ¿Exaltan valores como la honestidad, la solidaridad, el amor, la familia, el respeto por los demás? ¿Cómo se presenta la economía de mercado? ¿Será por el ejemplo que los empresarios y empleados son trabajadores y honestos? ¿O son sistemáticamente corruptos, carentes de principios? ¿Se defiende la democracia, aún criticando sus fallas? ¿O se la presenta con cinismo y desesperanza? ¿Se presenta al ser humano limitado y mezquino o pleno de ilusiones y posibilidades? Creo que un esfuerzo concertado por parte de las empresas privadas de televisión, las agencias y los anunciantes, enfocado a la promoción del trabajo, el esfuerzo, la superación, la defensa de la familia, el patriotismo, la generosidad, el respeto por las ideas ajenas, la participación comunitaria, el interés por el arte, la preocupación por la ecología y en fin muchas otras actitudes y valores, realmente mejoraría, no solo la calidad de la televisión, sino también la calidad de la vida en Colombia.

Muchas gracias.