

## **Televisión pública: del consumidor al ciudadano**

*Rincón, Omar*

*Libro reseñado por Eduardo Villanueva Mansilla ([evillan@pucp.edu.pe](mailto:evillan@pucp.edu.pe))*

Este libro, si bien ya con tres años de publicado, merece una lectura atenta. Compilación de trabajos de varios autores latinoamericanos dedicados a la televisión, especialmente a la televisión pública, sirve en parte para entender la situación actual de este medio en la región, en parte para imaginarse nuevas formas de televisión, y también, quizá de manera más destacada, para percibir el giro que el pensamiento crítico sobre medios ha tomado en América Latina.

El libro se inicia con un ensayo introductorio a cargo del editor: Omar Rincón es uno de los académicos de la comunicación de relativa reciente aparición más interesantes; su amplia bibliografía reivindica la televisión como espacio de disfrute pero también de cuestionamiento, e incide en la necesidad de “apropiarse” de la comunicación desde la ciudadanía, para darle nuevas formas, más cercanas a una experiencia cultural no manufacturada por el comercio sino nacida de la expresión de lo cotidiano. Este libro sigue este tenor, con elementos propios de la experiencia de cada autor (como la violencia política en el caso colombiano) pero que en general son pertinentes para todos los países latinoamericanos. Sus ensayos sirven de “enmarcamiento” general, pero no son los únicos destacables.

Tanto el ensayo más general de Jesús Martín Barbero, como los más específicos de Diego Portales (sobre el aspecto industrial), de Nora Mazziotti sobre los géneros, o del Guillermo Orozco sobre las audiencias, muestran buen manejo de las grandes temáticas regionales y conocimiento de circunstancias locales, aunque siempre queda la sensación que algunas experiencias se presentan con mayor énfasis de lo que realmente ameritarían.

El análisis inicial, planteado por Martín Barbero, es implícitamente aceptado por todos: en sociedades en donde lo público ha sido históricamente entendido como lo estatal, es necesario reconstruir la idea de “público” desde la experiencia de la sociedad civil y la ciudadanía en general, para que la televisión en general y la televisión pública en particular, sirva como expresión de los ciudadanos y no de los intereses comerciales. Por ello, y debido que la televisión comercial no va a desaparecer, es necesario promover a la televisión pública como contrapeso, desde lo experimental y lo gozoso, para todos, en el sentido más amplio posible.

Es necesario destacar que esta reivindicación de la ciudadanía como centro de la comunicación es planteada más como objetivo que como realidad o posibilidad de próxima realización. Aunque se presentan indicios y pistas en la dirección que plantean los autores, no hay evidencia a favor o en contra de este cambio o de esta propuesta de cambio; hay una oferta de lineamientos de política pública, que deben ser leídos a la luz de la experiencia nacional, para considerar pertinencia y viabilidad. Tampoco hay un análisis, o bosquejo de tal, de lo que los nuevos medios significarán en el desarrollo de este escenario comunicacional y social; sin duda, es un tema en constante movimiento, pero el lector bien puede acusar un sesgo excesivo hacia lo mediático convencional en desmedro de lo novomediático, atribuible más a la distancia y a la experiencia que a la falta de observación, pues las pistas están, solo que no desarrolladas.

En suma, un libro estimulante y pertinente, necesario para cualquier consideración de políticas públicas de medios pero también para la discusión sobre la pertinencia de la televisión en nuestras sociedades.