

# TELEVISION EN CHILE: UN DESAFIO NACIONAL



Juan Carlos Altamirano, Gerardo Cáceres, Mariano Fernández,  
Valerio Fuenzalida, Augusto Góngora, Pablo Halpner, María de  
la Luz Hurtado, Ricardo Miranda, Hernán Montenegro, Diego  
Portales, Pablo Portales y José Manuel Salcedo.

Juan Pablo Lira B. / Compilador



# TELEVISION EN CHILE: UN DESAFIO NACIONAL



Juan Carlos Altamirano, Gerardo Cáceres, Mariano Fernández, Valerio Fuenzalida, Augusto Góngora, Pablo Halpner, María de la Luz Hurtado, Ricardo Miranda, Hernán Montenegro, Diego Portales, Pablo Portales y José Manuel Salcedo.

Juan Pablo Lira B.  
Compilador

Centro de Estudios del Desarrollo

C E D

Centro de Indagación y Expresión  
Cultural y Artística

C E N E C A

(1987)



B 88  
195



El Centro de Estudios del Desarrollo (CED) es una institución académica de derecho privado autorizada por el Decreto 445 del Ministerio de Justicia, del 15 de abril de 1981.

El Centro de indagación y Expresión Cultural y Artística (CENECA) es una corporación privada sin fines de lucro autorizada por el Derecho 1216 del Ministerio de Justicia del 8 de Septiembre de 1978.

**DIRECTORIO:**

Flavián Levine B., Presidente  
Alfonso Santa Cruz B., Vicepresidente  
Eduardo Gana B.  
Jorge Marshall S.  
Luciano Tomassini O.

**DIRECTORIO:**

Giselle Munizaga, Presidente  
Carlos Catalán  
Eduardo Cuevas  
Eduardo García-Huidobro  
María de la Luz Hurtado  
Víctor Gubbins

**VICEPRESIDENTE EJECUTIVO**

Alfonso Santa Cruz B.

**DIRECTOR EJECUTIVO**

Giselle Munizaga

**CED**

Centro de Estudios del Desarrollo  
Nueva de Lyon 128  
Santiago - Chile

**CENECA**

Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística  
Santa Beatriz 106  
Santiago - Chile

CED - 1987

Inscripción N° 68.408

Primera edición - 1987

Impreso en Chile

Diseño y producción impresa: Compolaser  
Providencia 329 3º piso Teléfono: 42981

Diseño Portada: Mariano Fernández  
Motivo Portada: Vitrina con Televisores



A LA MEMORIA DE ERNESTO EDWARDS ORREGO,  
GRACIAS A CUYO ESTIMULO Y ENTUSIASMO SE  
REALIZO ESTE PROYECTO DE INVESTIGACION.



## INTRODUCCION AL SEMINARIO

*El Centro de Estudios del Desarrollo se propuso, al iniciar sus actividades, una tarea tal vez demasiado ambiciosa pero que nos pareció urgente: bosquejar una visión de un nuevo Chile democrático. Visión que debería fundamentarse en valores renovados y más generosos, que facilitarían la integración de una sociedad hoy desquiciada y profundamente dividida. Valores y propósitos que permitieran trabajar juntos para lograr formas de vida más humanas, más solidarias, más justas.*

*La tarea es difícil. Los muchos años de desgobierno, de descomposición moral y de permanente crisis material, agudizan la angustia de los chilenos y hacen más complicado el problema de imaginarse soluciones posibles para tantas cuestiones graves y urgentes.*

*En el CED se sigue cavilando, en preparación para esa democracia que se posterga peligrosamente, pero que se impondrá a pesar de todas las presiones en su contra.*

*El proyecto de "Nuevas Perspectivas para la Comunicación en Chile", que se desarrolla en colaboración con CENECA, forma parte de ese conjunto de estudios sobre esa realidad nuestra que requiere de cambios tan profundos.*

*No he tenido la oportunidad de participar en los trabajos preparatorios para el ciclo de seminarios que hoy día se inicia. Desconozco la documentación acumulada. Es más que probable, en consecuencia, que las brevísimas reflexiones e interrogantes que me permitiré hacer, se encuentren ya enunciadas y, posiblemente, resueltas por los investigadores activos en el proyecto.*

*Retomo la idea del retorno a la democracia. Aunque no hay acuerdo unánime, la democracia constituye la única institucionalidad civilizada para dirimir los conflictos que surgen, inevitables, en toda sociedad. Volveremos, eventualmente, a ser un país democrático, civilizado; pero, lo haremos en condiciones muy difíciles, con conflictos latentes, posiblemente más agudos que los que conocimos en el pasado: las injusticias sociales se han acentuado.*

*Repito lo que expresé hace algún tiempo en una conferencia en la Universidad de Chile:*

*"Para lograr una democracia estable, necesitaremos tomar todos los resguardos adecuados para impedir que persona alguna, que ningún grupo, asociación, empresa, sindicato, organismo estatal o el Estado mismo, concentre tal cúmulo de poder que se presente la amenaza de una limitación a la libertad personal y mental, condiciones indispensables para el desarrollo de la personalidad y para una organización eficiente de la sociedad.*

*Necesitaremos una sociedad en que los arreglos políticos, sociales y económicos aseguren una difusión del poder tan amplio como sea necesario para garantizar que ningún grupo, empresa o persona, pueden abusar de ese poder, ya sea que su origen esté en la fuerza del número, en el control de los recursos económicos, en el carácter vital de los servicios que prestan, en el control de las armas o en el control de las instituciones políticas"*

*Sin un contrapeso de poderes, suficientemente garantizado, no existe posibilidad de organización democrática estable, ni posibilidad de una operación eficiente de las instituciones económicas y culturales. Uso el término "eficiente" en el sentido de capacidad operacional para resolver problemas específicos de la comunidad.*



*La preocupación por la difusión del poder, en toda sus manifestaciones, en ninguna adquiere mayor importancia que en la institucionalidad de los medios de comunicación.*

*El respeto por la libertad de opinión hará inevitable la existencia de diarios, revistas y radios como expresión de intereses ligados al poder económico, a los principios ideológicos o a los objetivos políticos del Gobierno de turno.*

*Las universidades dependen financieramente, como es lógico de los recursos del presupuesto público y será indispensable asegurar su autonomía en el desarrollo de sus actividades culturales.*

*Si los programas, las alternativas de visión, que ofrecen los medios de comunicación, están básicamente financiados por los recursos de la publicidad, ¿cómo se resuelve el problema de la libertad de expresión y de difusión cultural?*

*¿Recurriremos a la subvención estatal para independizar los medios de comunicación de los intereses mercantiles?*

*Y en este caso, ¿cómo resolveremos el dilema de evitar el monopolio del dinero al costo de aceptar la tuiición del censor estatal?*

*Tengo la esperanza que de los debates de este ciclo de seminarios, surgan ideas constructivas que permitan proponer, sino una institucionalidad de los medios de comunicación libre de todo tipo de influencia -lo que constituye una utopía- que a lo menos asugieren un mínimo de objetividad e independencia.*

*Si logramos imponer cierta decencia en la administración de los medios de comunicación, subsiste otro problema importante al cual quisiera referirme brevemente.*

*Conocemos la indiferencia, la apatía, el desgano, la desilusión del pueblo marginado de una vida digna, lo mismo vale para ciertos estratos medios, cuya vida se concentra en subsistir de un día al otro, sin esperanza de mejores horizontes.*

*No podemos permanecer indiferentes ante la realidad dramática del sacrificio que hoy soporta un gran porcentaje de chilenos. Es cada día más obvio que la sociedad no está controlando la actividad económica, sino que, al contrario, está supeditada a la aplicación de políticas financieras insensibles a sus consecuencias humanas.*

*Pero no todas las soluciones vendrán por el lado económico.*

*Existe una resistencia muy tenaz de parte de los grupos privilegiados por todo esfuerzo que busque disminuir las grandes disparidades de ingreso, por extender la educación, la cultura y, en general, la información sobre la realidad que vive el país. Temen los efectos adversos sobre sus posiciones excepcionales.*

*Nos gustaría la democracia, nos dicen, sino no fuera por la presencia de un pueblo inculto.*

*Y, en la actualidad, qué mensajes está recibiendo el pueblo, especialmente a través de la televisión.*

*Se ha aceptado la censura cinematográfica para asegurar que no se hiera o dañe en forma irremparable la sensibilidad del niño y del adolescente.*



*Me pregunto si no debemos igualmente preocuparnos por la sensibilidad de los adultos marginados, abandonados, tal vez despreciados por sus conciudadanos. A través de la televisión visualizan a diario, financiadas por la publicidad, imágenes de vida hedonísticas propias de los excesos de Hollywood. Si comparan lo que se les trasmite con su propio ambiente, qué de extraño tiene que se sientan mofados, irritados y tal vez, lo peor, inducidos a ese estado permanente de apatía e indiferencia ante el acontecer nacional. Esta actitud justificadamente negativa colabora a mantener al país en una semi-parálisis crónica.*

*¿Es posible exigir más respeto por la desventura ajena? He aquí otra interrogante que merece discutirse a fondo.*

*En el nuevo camino democrático el país necesita redefinir sus valores y propósitos, incentivar los caminos de actitud y conciencia que hagan posible llevar a la realidad esa visión de un Chile en que predomine la solidaridad, el espíritu de colaboración, la sensación de una misión compartida en un ambiente de justicia, en que surja en forma espontánea la alegría, el optimismo y la esperanza.*

*Los medios de comunicación no pueden permanecer neutros ante esta noble misión renovadora. El inmenso avance tecnológico exige repensar con urgencia si podemos adaptarlos para cumplir propósitos más trascendentes que la simple venta de desodorantes.*

*Hace algunos días hemos participado en la organización de un homenaje a Neruda, con motivo de cumplirse un nuevo aniversario del otorgamiento del Premio Nobel de Literatura.*

*Hemos vuelto a sentir una profunda emoción al escuchar las palabras finales de Neruda en su discurso de Estocolmo. Evocando a Rimbaud expresa: "Sólo con una "ardiente paciencia" conquistaremos la 'espléndida' ciudad que dará luz, justicia y dignidad a todos los hombres".*

*No olvidemos jamás este consejo y así lograremos, a pesar de todo, no perder la fe en un mejor futuro.*

Flavián Levine B.  
Presidente del Directorio  
Centro de Estudios del Desarrollo

Santiago, Diciembre de 1987

## PRESENTACION

Hay un consenso en diferentes sectores de nuestra sociedad que el sistema televisivo actual presenta múltiples áreas problema, derivadas tanto de las políticas culturales y normatividad vigente como de las condiciones en que actualmente se desenvuelve el campo: las nuevas tecnologías, el mercado internacional de material para la televisión, los intereses económicos y políticos establecidos, la institucionalidad burocrática desarrollada, la centralización geográfica y cultural, etc.

Los modelos clásicos de televisión de servicio público estatal vs. televisión comercial-privada han ido encontrando en la experiencia mundial nuevas formulaciones, como también se han elaborado cuerpos legislativos reguladores del funcionamiento de estos medios destinados a asegurar los diversos intereses de la sociedad, situación que se contrapone a la falta de revisión del sistema existente en nuestro país.

Por otra parte, las propuestas acerca de la programación y producción requieren incorporar una evaluación de la manera en que los telespectadores se relacionan con la televisión. No parece adecuado pensar a los televidentes como consumidores que se manifiestan a través de los ratings solamente, ni como receptores mecánicos de los mensajes televisivos. La investigación cualitativa de las audiencias, las experiencias grupales de recepción activa, las demandas e intereses de diversos sectores respecto al medio, son elementos necesarios de incorporar a la reflexión acerca de una televisión más expresiva de cómo la sociedad usa y piensa a la televisión.

El punto de vista democrático le plantea a la televisión un conjunto de exigencias consustanciales a su carácter: qué se entiende por libertad y derecho de expresión en la televisión, cómo realizar el reconocimiento y la representación de la pluralidad que incluya, no sólo lo ideológico-político, sino también la diversidad cultural, social, étnica y geográfica del país, etc. Los Seminarios "Sistema Televisivo Nacional" de diciembre de 1985, y "Producción y Programación Televisiva" de agosto de 1986, organizados por CED y CENECA y cuyos resultados recogemos en esta publicación, se propusieron avanzar en estos temas.

Entre noviembre de 1985 y agosto de 1986, y dentro del ciclo Nuevas Perspectivas para la Comunicación y la Cultura en Chile, se convocó a todos aquellos ligados a las industrias del cine, el libro, la televisión, la prensa, las agencias de noticias y la música popular para, en seminarios sucesivos, realizar diagnósticos de la situación y problemas de cada sector, discutir propuestas encaminadas a superar la crisis de desarrollo de estas áreas y asegurar la participación de la sociedad en ellas.

Se partió de la convicción de que no puede haber desarrollo económico y social, ni puede avanzarse en la democratización del país, si no se avanza paralelamente en la apertura y ampliación de áreas de creación, de información, de difusión, de expresión de identidades que den un sentido personal y colectivo a la existencia y a la acción de los individuos en un tiempo y en un espacio determinado.



Sabemos que en la actualidad los medios de comunicación de masas y las industrias de la cultura son preponderantes en la configuración de este sistema cultural. No obstante, a la hora de definirse políticas públicas, de legislar o de establecer el campo institucional de estas industrias, se les aplica mecánicamente disposiciones propias de la economía o de la política, sin considerar ni cuidar la especificidad de su quehacer.

Asimismo, el acelerado proceso de transformaciones tecnológicas, empresariales y de producción y consumo de estas industrias hace que en lo nacional las adaptaciones sean inorgánicas y lentas, las que contrastan con el dinamismo y libertad con que operan las empresas transnacionales de comunicación.

Estando en la base de este ciclo de seminarios una valorización de la cultura como lugar de constitución de la sociedad, se abordó el análisis desde donde estos medios se definen y posibilitan: su carácter de industria. Fueron los aspectos de propiedad, de relaciones de producción, de mercado, de tecnología, de ordenamiento institucional, legal o de normativas operantes los que concentraron el debate y las propuestas.

Una característica de todos estos seminarios fue la participación, en su preparación y desarrollo, de las personas e instituciones más activas que forman parte de cada sector, desde distintos sectores y ubicaciones. Creemos que la amplitud de la convocatoria realizada y la respuesta positiva de los diversos involucrados manifiesta la disposición existente hoy en nuestro país a participar en espacios de concertación y a lograr consensos básicos respecto de áreas tan vitales, pero a la vez tan postergadas, de la vida nacional.

Algunas propuestas surgidas en estos seminarios pueden encontrar puntos de apoyo en disposiciones vigentes o en negociaciones factibles en la actual coyuntura. Otras suponen presionar también por cambios de políticas nacionales, ya que necesitarían de un ámbito económico e institucional coherente, adecuado a este nuevo tipo de implementación. En este caso, no creemos que sea un ejercicio ocioso prefigurar un futuro ordenamiento en el marco de la democracia, ya que al dar forma a las utopías a través del lenguaje, se contribuye a canalizar los esfuerzos en una misma dirección, iniciando así el camino de su concreción histórica.

Mariano Fernández A.

María de la Luz Hurtado

COORDINADORES GENERALES

**NOMINA DE PARTICIPANTES EN LOS SEMINARIOS SOBRE "SISTEMA TELEVISIVO NACIONAL"  
Y "PRODUCCION Y PROGRAMACION TELEVISIVA".**

**Expositores:** Juan Carlos Altamirano  
Valerio Fuenzalida  
María de la Luz Hurtado

**Panelistas:** Gerardo Cáceres  
Augusto Góngora  
Pablo Halpern  
Ricardo Moranda  
Hernán Montenegro  
Diego Portales  
Pablo Portales  
José Manuel Salcedo

**Comentaristas:** Gonzalo Beltrán  
Hernán Errázuriz  
Mariano Fernández  
Manuel Antonio Garretón  
Claudio Di Girolamo  
Patricio Hales  
Juan Hamilton  
Hernán Larraín  
Teresa Matte  
Jorge Navarrete  
Carlos Ominami  
Eduardo Palma  
Alicia Sanhueza  
Reinaldo Fuenzalida  
José Antonio Viera-Gallo



# INDICE GENERAL

	Página
<b>Introducción al Seminario</b>	7
<b>Presentación</b>	11
<b>Nomina de Participación en los Seminarios</b>	
<b>I SEMINARIO "SISTEMA TELEVISIVO NACIONAL"</b> <i>(Diciembre de 1985)</i>	17
- "Revisión de la experiencia histórica de la televisión chilena"	
María de la Luz Hurtado	19
Comentario: Juan Hamilton	35
- "Los desafíos de la televisión chilena del mañana"	
Juan Carlos Altamirano	43
Comentarios:	
Jorge Navarrete	75
Claudio di Girólamo	78
Reinaldo Sepúlveda	81
- "Orientación social y participación en la TV chilena"	
Valerio Fuenzalida	83
Comentarios:	
Alicia Sanhueza	91
José Antonio Viera-Gallo	93
Hernán Errázuriz	95
Eduardo Palma	98
Replica a los comentarios	101
- Panel sobre "El financiamiento de la televisión"	
Diego Portales	103
Ricardo Miranda	105
José Manuel Salcedo	107
<b>II SEMINARIO "PRODUCCION Y PROGRAMACION TELEVISIVA"</b> <i>(Agosto de 1986)</i>	109
- "Concepciones y modelos de programación en la televisión chilena"	
María de la Luz Hurtado	111
Comentarios:	
Manuel Antonio Garretón	137
Teresa Matte	140
Gonzalo Bertrán	143

	<b>Página</b>
- Panel sobre "La programación televisiva vista desde la sociedad"	
Pablo Halpern	145
Pablo Portales	148
Valerio Fuenzalida	150
- "Desafíos de la programación televisiva democrática"	
Juan Carlos Altamirano	153
Comentarios:	
Patricio Hales	201
Mariano Fernández	207
Hernán Larraín	209
Carlos Ominami	213
- Panel sobre "Los desafíos de las funciones y géneros televisivos"	217
Hernán Montenegro	218
Gerardo Cáceres	220
Augusto Góngora	222



# TEMARIO DEL SEMINARIO

## “SISTEMA TELEVISIVO NACIONAL”

Diciembre de 1985

- I. “Revisión de la experiencia histórica de la televisión chilena” María de la Luz Hurtado
- II. “Alternativas de organización del sistema de televisión en Chile” Juan Carlos Altamirano
- III. “Orientación social y participación en la televisión” Valerio Fuenzalida
- IV. “Financiamiento de la televisión: El Estado, la publicidad y el mercado” Panel

# **I. REVISION DE LA EXPERIENCIA HISTORICA DE LA TELEVISION CHILENA**

**María de la Luz Hurtado (\*)**

---

(\*) Socióloga, especializada en cultura y comunicación social. Miembro del Directorio e Investigadora de CENECA. Docente de la Universidad Católica de Chile.



# INDICE

	Página
<b>INTRODUCCION</b>	23
<b>1. Respecto a quién puede operar canales de televisión en el país y en qué territorio</b>	24
- <b>Primer hito:</b> Antes de 1958	25
- <b>Segundo hito:</b> Decreto del Presidente Ibañez de 1958	25
- <b>Tercer hito:</b> Iniciativas de la empresa privada	26
- <b>Cuarto hito:</b> El inicio de la TV universitaria	26
- <b>Quinto hito:</b> El Mundial de Fútbol de 1962	27
- <b>Sexto hito:</b> Afianzamiento de la TV universitaria	27
- <b>Séptimo hito:</b> Creación del Canal Nacional	28
- <b>Octavo hito:</b> La Ley de TV de 1970	28
<b>2. Representación y políticas de gestión de los canales</b>	29
- <b>Primero:</b> Cada canal tiene su propia orientación	29
- <b>Segundo:</b> Preminencia y pugna entre los estamentos burocráticos y los académicos	30
- <b>Tercero:</b> Ley 17.377 de 1970	30
- <b>Cuarto:</b> Pérdida del pluralismo	30
<b>3. Políticas culturales y financiamiento</b>	31
<b>4. En síntesis</b>	32
<b>COMENTARIOS A LA EXPOSICION</b>	
<b>Juan Hamilton</b>	35

## INTRODUCCION

Aún cuando la televisión es el medio de comunicación de masas con menor historia en cuanto a tiempo de funcionamiento en nuestro país, no cabe duda que ella es de un gran nivel de complejidad, por el lugar neurálgico que muy rápidamente ocupa respecto al sistema político, económico, cultural y social del país, con los cuales establece una relación activa, de mutua afectación.

No es mi intención relatar el detallado estudio de transformaciones estatales y de modelo de televisión en Chile que realicé en CENECA con un grupo de investigadores, sino más bien procederé a cruzar esos resultados con la pregunta: ¿Cuáles son los elementos que definen y definieron nuestro sistema televisivo, tan sui-generis en Sudamérica? ¿Estos elementos fueron o no reconocidos y manejados por aquellos que tuvieron la capacidad de afectar la conformación del sistema? ¿A qué dinámicas respondieron? y, ¿Qué rol les cupo en esta definición a los diferentes actores sociales e instituciones nacionales presentes en esta historia?

Estas preguntas cobran relevancia ante la inquietud por repensar la comunicación nacional actual, de manera que pueda favorecer y ser parte de una cultura democrática. La democracia de un medio de comunicación social y de la televisión en particular, la entendemos como la capacidad de ser pluralista, participativo y descentralizado, acogiendo y proyectando en la programación la diversidad cultural, ideológica y social que compone la nación, poniendo y discutiendo abiertamente sus políticas y realizaciones ante la ciudadanía, promoviendo e integrando las críticas

sociales y las demandas realizadas respecto a su gestión.

Está claro que no se trata de plantear sólo objetivos filosóficos, doctrinarios, del deber-ser del medio, sino más bien de tener conciencia de que gran parte de las posibilidades de realizar estos objetivos se juega en lo que se ha dado en llamar la forma del aparato de la industria cultural moderna: su inserción en el mercado nacional e internacional, sus capacidades instaladas de medios emisores, productores y receptores en el país, la disposición y uso de la tecnología, las burocracias que se han ido desarrollando en cada medio productor con sus formas de organización del trabajo y de administración de la empresa, y los principios normativos, jurídicos e institucionales que regulan el acceso y la participación de los diversos sectores sociales en la definición de políticas o en la producción propiamente tal. Aspectos todos ellos que, según los casos, poseen una articulación directa o una autonomía relativa respecto a procesos y a estructuras más globales que operan en una sociedad en un momento dado.

Podría decirse que el sistema televisivo actual presenta deficiencias evidentes respecto a su carácter democrático, por lo que un diagnóstico coyuntural sería suficiente para proponer vías alternativas al mismo. Creemos que esta opción sería parcial y conducente a error, ya que aún cuando el quiebre institucional producido por el gobierno militar trastoca fuertemente las maneras en que funciona nuestra televisión, tal como lo hace con todo el resto del país, muchas de sus características estructurales actuales fueron defi-



nidas en tiempos de la democracia, así como problemas que hoy hacen crisis en el pasado fueron compensados y equilibrados de diversas maneras. Por eso es importante preguntarse cómo y porqué se originó el sistema televisivo chileno, qué modalidades de funcionamiento tuvo, qué crisis y contradicciones debió enfrentar, cuáles fueron los éxitos y fracasos de respuesta ante esas crisis.

El aprendizaje respecto a la propia historia, realizado en un espíritu de crítica y autocrítica constructiva, permitida por la relativa distancia en el tiempo y por la renovación de los parámetros evaluativos es, entonces, una manera de evitar restauraciones mecánicas del pasado y de aportar raíces y experiencias válidas que le den una continuidad y un respaldo a la búsqueda de hoy. Afirmación que no puede hacernos olvidar, no obstante, que los 12 años de televisión en este régimen corresponden a la televisión en otro estadio de desarrollo, de mayores recursos tecnológicos y económicos, de mayor masividad en la recepción y alcance nacional, más imbricada con la industria transnacional productora de materiales para televisión, de una gran centralidad dentro de los medios de comunicación e inserta en un estado y una sociedad muy diferente a la que vivimos en otras épocas.

La televisión en la época democrática no alcanzó a desarrollar su proyecto cultural y empresarial por sus escasos 12 años de vida, en los que fue absorbida por el desafío de encontrar un lugar en la sociedad y en sus instituciones rectoras, de resolver sus carencias económicas y de profesionalidad, para luego, aún en tempranos procesos de constitución, verse enfrentada a conflictos políticos que consumieron gran parte de sus energías.

Para recuperar aquellas circunstancias y fenómenos que fueron conformando el sistema televisivo chileno, nos centraremos en tres de sus aspectos centrales.

1. En cómo se definió el área social a la que pertenece el sistema: la propiedad y el derecho a emisión;
2. En la organicidad de los canales emisores con otras instituciones, sectores sociales y modelos de sociedad; y,

3. En sus políticas culturales, organización del trabajo y recursos materiales y humanos, que le otorgan una identidad e institucionalidad a cada uno de los canales emisores.

### **1. Respeto a quien puede operar canales de televisión en el país y en qué territorio**

Hoy todos sabemos que contamos con tres canales universitarios, uno de ellos el de la Universidad Católica, con alcance casi nacional, y los otros dos con alguna extensión fuera de su ciudad de origen; y un Canal estatal que cubre casi todo el país. Los canales principales están ubicados en Santiago y envían sus producciones al resto del país dejando escasa posibilidad a las regiones de insertar su producción, salvo en Telenorte, en Concepción y en Punta Arenas, pero en todo caso, también en estos puntos, más del 95% de la producción es emitida o programada en Santiago. Sabemos que también existe en principio una autorización para que la Empresa Intercom establezca televisión por cable, vinculada con "El Mercurio", lo que podría implicar la aparición de la empresa privada en el sistema.

Es importante señalar que gran parte de este sistema televisivo nació en las Universidades Católica de Santiago y Valparaíso y en la Universidad de Chile entre el año 59 y 60, y durante casi 10 años constituyeron el sistema televisivo chileno, excluyéndose la posibilidad de la televisión privada. Durante el gobierno de la Democracia Cristiana, en 1968, con transmisiones hacia provincias y en 1969 en Santiago, se inaugura el Canal Nacional. Desde entonces, no ha habido innovaciones en términos de propiedad, pero sí la polémica y las negociaciones han estado centrados en el alcance de la emisión de dichos canales.

Lo interesante del caso es que todo este sistema de propiedad de la televisión se hizo sin contar con disposiciones legales y operó gracias a acuerdos extraoficiales. La ausencia de normativa relativa a la TV indica la falta de previsión o valoración del tema por la clase política en la década del 50 e inicios del 60, así como la falta de presión temprana por parte de posibles interesados en ella, empresarios o agentes culturales,



para que se redactara tal legislación. Esta situación se hace extensiva al resto de los medios de comunicación en general, que poseen cuerpos jurídicos dispersos, inorgánicos, y en general, obsoletos. Por el contrario, ya apreciadas las capacidades de influencia social del medio entrada la década del 60, su excesiva valoración hizo que cada sector aspirara a tener el poder suficiente para aprobar el sistema que él propiciaba y, no estando capacitado para negociarlo favorablemente, se prefirió el status-quo existente. Sólo en el contexto de las garantías constitucionales establecidas como requisito para sancionar el triunfo de Allende en el Parlamento, en octubre del 70, se aprueba la Ley de Televisión.

En la década del 60, no es el Poder Legislativo, sino el Ejecutivo quién define el carácter público de la televisión en el país, ya que es él quien tiene la facultad para conceder o negar el uso de ondas o canales televisivos. Sus decisiones al respecto no son discutidas en organismos más amplios del Estado o frente a la sociedad civil: aparecen como decisiones discrecionales, centrales, de los gobiernos y en ocasiones del Estado mismo, y por el carácter representativo de éstos, sus decisiones poseen una cuota de legitimidad social.

Los hitos más significativos en la decisión respecto a la propiedad en el área de la televisión son los siguientes:

### **Primer hito: Antes de 1958**

Al no haber legislación respecto a cómo se concede la autorización para montar canales de televisión en el país, durante gran parte de la década del 50 todas las solicitudes quedan remitidas a disposiciones vigentes en otras áreas, especialmente, en la económica, siendo así consistentes con las políticas centrales del Estado de la época. Estas, en una perspectiva desarrollista, reforzaban el rol del Estado como impulsor de la industrialización nacional, por medio —entre otras medidas— de un estricto proteccionismo que facultaba la sustitución de importaciones. Es así como la mayoría de las solicitudes para operar canales de TV presentadas entre 1952 y 1958 corresponden a empresarios extranjeros, norteamericanos y latinoamericanos, a veces en

sociedad con chilenos. Las solicitudes recaen en el Comité de Inversiones Extranjeras, quedando automáticamente denegadas “por no reunir los requisitos tendientes a estimular el desarrollo industrial o a mejorar la explotación de la riqueza minera, agrícola o forestal”. La electrónica y la industria de las comunicaciones no aparecerían como áreas dignas de considerarse como base de un desarrollo industrial.

### **Segundo hito: Decreto del Presidente Ibáñez de 1958**

En 1958, 7 días antes de la entrega del poder, Ibañez dicta un Decreto desde el Ministerio del Interior, vía Dirección General de Servicios Eléctricos y Gas, en el que establece los lineamientos de un sistema televisivo nacional. Este dispone que sólo los chilenos pueden operar canales de televisión en el país, con lo que se excluye a las inversiones extranjeras y cadenas transnacionales, las cuales formaron gran parte de los sistemas televisivos en el resto de Latinoamérica. Propone, en cambio, un sistema mixto de propiedad privada-comercial y universitaria-educativa, en el que gran parte del sistema sería privado. Se piensa en 78 canales y sólo 16 estaban destinados a las universidades. Obviamente, es una proyección del modelo radial, sin ajustar la diferencia que hay entre montar una radio y un canal televisivo. Era un sistema descentralizado, ya que estos canales estaban asignados a través de todo el territorio nacional, no pudiendo establecerse redes nacionales más que con autorizaciones especiales. A la televisión comercial privada no se le hacían restricciones de contenido en la programación, mientras que los canales universitarios sí las tenían. La única disposición que los identificaba era la siguiente: “Deberán transmitir programas de indiscutible valor educativo, con exclusión absoluta de propaganda comercial, religiosa, política, sindical, sea ésta gratuita o pagada. La contraversión de esta disposición determinará la caducidad de la concesión sin más trámites” (Artículo 24). A la vez, las universidades debían comprobar de antemano los fondos disponibles para operar estos canales, con lo que se entendía que debían ser subvencionados por ellas.



### **Tercer hito: Iniciativas de la empresa privada**

La empresa privada tomó múltiples y variadas iniciativas para incursionar en la televisión estimulada por este Decreto de Ibañez que le asignaba 78 canales. Especialmente se interesaron empresarios radiofónicos y de la prensa, quienes incluso formaron una sociedad integrada por 51 empresarios a través de todo Chile para lograrlo. Se encontraron con una valla insalvable; no se había dispuesto, paralela a la Ley, la rebaja arancelaria para la importación de equipos, por lo que la empresa era económicamente imposible dada la legislación proteccionista. Algunas iniciativas, en especial de televisión por cable, fueron implementadas con permiso provisorio, pero todas ellas fracasaron por falta de divisas para reforzar los equipos. Incluso un ex-Ministro de Alessandri hizo una importación suponiendo que sus contactos le permitirían ingresarlo sin tributación. Al ser ésto imposible, debió traspasarlo a la Universidad Católica, que sí gozaba de privilegios arancelarios.

Hubo una experiencia privada más desarrollada, incluso, que la universitaria de la época. En Concepción entre 1961 y 1962, Radio Bolívar montó una emisora de televisión que durante 6 meses emitió una programación diaria de 2 horas, consistente en los géneros más variados: show, teatro, noticieros, etc..., los que transmitió por cable a 5 kms. a la redonda. Al realizar una transmisión a distancia, llegó la noticia a Santiago, y por lo extraordinario del hecho fue clausurado de inmediato tal canal, por orden presidencial.

En efecto, Alessandri era absolutamente contrario a la instauración de la televisión en Chile, por dos razones: primero, en una lógica estrictamente económica y ante la crisis inflacionaria que amenazaba su gobierno por el déficit de la balanza de pagos, toda iniciativa que implicara gasto de divisas le parecía amenazante. Segundo, en una perspectiva iluminista de alta cultura, la televisión y su paradigma, la comercial norteamericana, le parecía rebajadora, distorsionadora de la cultura, por lo que su expansión redundaría en un empobrecimiento cultural propio de una sociedad de masas degradada. La expansión comercial y masiva de la radio y la prensa de la época eran un antecedente poco alentador. Dice: "Chile es un país pobre, la

televisión es un derroche de ricos", es decir es una sofisticación cultural de la tecnología del mundo desarrollado, innecesaria para nuestro país.

### **Cuarto hito: El inicio de la TV universitaria**

La televisión universitaria, como un eje central y por muchos años único del sistema televisivo chileno, no fue producto de una planificación previa ni del gobierno ni de las mismas universidades, sino que fue el resultado de un conjunto de factores que se configuraron a través de los años en los que frente a diferentes disyuntivas, la opción universitaria aparecía como la más favorable ante las autoridades estatales. Ello, porque era una institución estratégica dentro del estado docente, al servicio de las necesidades educacionales y de desarrollo del país, y con una altura que la ponía fuera de los compromisos corporativos o políticos contingentes.

¿Cuáles eran estas ventajas —especiales— de la Universidad frente al sistema? Primero, había razones intra-universitarias: capacidad de experimentación científica para producir su propia tecnología, inexistente en el país. Nace por tanto la televisión en los Departamentos de Ingeniería. Por otra parte, tenía la posibilidad de incorporar la actividad televisiva como una propiamente universitaria, en el contexto de una universidad que se amplía y acoge dentro de sí las más diversas funciones que la sociedad civil no tiene capacidad de implementar. En tercer lugar, los privilegios ganados en el estado de compromiso —gracias a su legitimidad social y valoración de su quehacer— le daba por una parte la garantía fundamental de la exención arancelaria y por otra, la autonomía universitaria que le aseguraba una cierta independencia de gestión. Al iniciarse las primeras transmisiones experimentales en las universidades, fueron sus autoridades llamadas de inmediato por el Ministerio del Interior para hacerles ver que operaban fuera de la Ley, pero se hicieron valer sus prerrogativas especiales, la autonomía, y se aseguró su estricta función educativa según la Ley. Se les dió un pase en principio, no oficial, asumiendo que serían canales casi de estricto circuito cerrado. Además, Alessandri se adhiere fuertemente a la idea del estado docente y la televisión universitaria era un componente de ella que él admitía.



## Quinto hito: El Mundial de Fútbol de 1962

El período entre los años 59 y 62 es clave, ya que en la coyuntura del Mundial de Fútbol, las universidades son los únicos medios emisores de televisión existentes en el país y han de asumir la exigencia impuesta por los organizadores internacionales del evento, de que éste sea cubierto por la televisión. Se refuerzan sus equipos transmisores y se autoriza la importación de equipos receptores para el país, saltando el parque de televisores existentes de 5 mil a 20 mil. Había nacido así la televisión como un hecho masivo en el país. Tras tal suceso, los precarios canales se encuentran ante una audiencia constituida y expectante y ellos transformados en los únicos receptores de esta demanda. Están en una situación diferente a los otros organismos de extensión de la universidad, como son las imprentas, los teatros, las radios y otros, que se plantean siempre como una alternativa diferencial respecto a los sistemas operantes en el terreno comercial y privado. En especial, la Universidad Católica ve el campo favorable que se le abre y reorganiza completamente su Canal para convertirlo en un Canal de llegada masiva, que cumple funciones comunicacionales múltiples, no sólo educativas o culturales sino que también de entretenimiento, abarcando todos los géneros posibles del sistema televisivo. Se organiza como Empresa, incluso asociándose a una empresa independiente (PROTEL) que la provee de material envasado norteamericano, contrata publicidad y crea y produce algunos programas en el Canal. Junto con ello, va profesionalizando sus otras áreas de producción, especialmente el Departamento Artístico, el de Extensión, Educación y Cultura y el Campo Informativo.

Los nuevos y reiterados llamados de atención de las autoridades gubernamentales a las universidades por haber expandido su función comunicacional es ahora contestada desde los canales universitarios por otro soporte: tienen el respaldo de la audiencia y de la sociedad. En efecto, al no disponer los canales de televisión de presupuesto universitario suficiente para operar profesionalmente, y para no entrar en conflicto con otras reparticiones universitarias que reclamaban para sí el presupuesto disponible, la tendencia al autofinanciamiento era la única solución viable, vía

publicidad. Canal 9, más interiorizado y comprometido con el ideal de televisión cultural, fue más reacio a entrar en este diseño, pero a riesgo de quedar marginado, opera con las mismas reglas del juego; se crea de esta manera el engendro de la televisión comercial-universitaria.

## Sexto hito: Afianzamiento de la TV universitaria

En 1963 se produce un hecho clave: el sector privado ha renovado su interés por participar en el sistema televisivo ante el éxito de la televisión universitaria "en una actitud propia del empresario chileno, que nunca arriesga y que está a la espera que el Estado le allane caminos, para luego invertir sin riesgos". Esta es una opinión de Alvaro Bunster, Secretario General —en esa época— de la Universidad de Chile.

Una Comisión de la Cámara de Diputados ha aprobado la idea de legislar favorablemente por la introducción de la televisión privada en el país. Este hecho es reforzado fuertemente por la prensa y la radio privada que argumentan que si la televisión está obteniendo ganancias en el manejo del medio, es éste un monopolio ilegítimo de un medio de producción que puede ser manejado con igual probidad por el área privada. Se acusa al Canal 9 de manejos económicos ilícitos con las agencias de publicidad, falta de pluralismo político, etc... Esta campaña es respondida con fuerza por las autoridades máximas de ambas universidades, incluido el Cardenal Silva y movilizan a los parlamentarios afines a sus posiciones para que presenten un anteproyecto que resuelva que solamente las universidades pueden y podrán en el futuro manejar canales de televisión en el país. Ni una ni otra posición logra mayoría en las Cámaras y la televisión chilena queda aún sin legislación, aunque una cosa queda clara: la mayoría parlamentaria apoya la televisión universitaria y excluye la idea de la televisión privada por temor a la vulgarización cultural y la exclusión política de sectores no de derecha, aunque sí queda por discutirse el tema de la televisión estatal.

Dos consideraciones se desprenden de esta falta de acuerdo o no definición del sistema legal. Por una parte, se le encomienda a las universi-



dades el cumplir la función de servicio público, siguiendo el modelo de la televisión europea, pero no se repara en que esto es sólo posible si se le dota de una infraestructura material e institucional que le permita realizar esa función. De esta manera, se mantiene abierta la contradicción entre un deber-ser cultural y una obligada operación comercial. Por otra parte, el halo mágico que rodeaba a la televisión en sus inicios, que hacía sospechar que tendría una influencia social imprevisible, y que a las mentalidades ilustradas y racionalistas provocaba grandes recelos por su apelación emocional directa capaz de fascinar a las masas, hizo que la clase política y los gobiernos de turno prefirieran restringir al máximo la expansión de la propiedad de los canales de televisión. Aceptan, de esta manera, sólo su manejo por el organismo cultural de mayor confiabilidad cultural y prescindencia política o de intereses corporativos privados de la época, la universidad, en el caso del gobierno de Alessandri. Y, en el caso de la Democracia Cristiana, da paso al Canal Nacional, fundado en una valoración, esta vez positiva, de la capacidad del medio de integrar a la Nación, función que ha de ejercer y cautelar ella misma y no abrir a otros sectores sociales, ni siquiera a las universidades regionales, constituyéndose de hecho en un monopolio a nivel nacional.

*Una reflexión al margen:* es una constante histórica el que las nuevas tecnologías, junto con fascinar a los usuarios, preocupan y escandalizan a los sectores tradicionales. La prensa, el cine, la radio, ahora los satélites y el cable, provocan similares reservas, ya que vienen a cuestionar y recomponer formas establecidas de organización cultural, de socialización, de conformación de identidades, de estratificaciones sociales incluso de identidades políticas y de articulaciones sociales partidarias.

### **Séptimo hito: Creación del Canal Nacional**

En efecto, la política televisiva del gobierno de la Democracia Cristiana tuvo dos aspectos. Primero, la limitación de la expansión de los canales televisivos universitarios fuera de Santiago, aún cuando tenían equipos y la capacidad tecnológica para hacerlo. Segundo, el cierre de canales universitarios que iniciaron sus transmi-

siones en provincias, como ocurrió en Antofagasta en la Universidad del Norte. Igual cosa sucedió con otros proyectos regionales avanzados, respaldados por organizaciones sociales intermedias o por organizaciones culturales, en Arica y Punta Arenas, entre otros. Esto sucedió porque había un deseo de generar una política global y nacional de televisión que debía absorber e integrar las iniciativas regionales. Esta perspectiva se funda en el proyecto de modernización económico-social que impulsa tal gobierno y que tiene, entre sus objetivos, la integración de los grupos marginados del campo y la ciudad. La televisión es atractiva para la Democracia Cristiana tanto en su dimensión industrial de fabricación de aparatos (en ese período, de 31.000 se pasa a 364.000 aparatos de televisión fabricados en Chile), como también por la influencia cultural y la formación de identidades sociales que este medio permite.

La Democracia Cristiana, entonces, proyecta un nuevo sistema televisivo consistente en una red nacional de carácter propiamente gubernamental que tiene alcance a provincias y que en relación a Santiago, establece un modelo similar al que operaba en los canales universitarios. Se establece así un sistema de tres canales en competencia frente al mercado, en la zona céntrica del país, y gubernamental monopólico en relación al resto del país.

La implementación de equipos para el Canal Nacional se realiza a través del presupuesto regular del Ministerio de Educación y para mantener la tradición inaugurada ya por los canales universitarios, éste opera virtualmente tres años, desde inicios del '68 en provincias, sin un sustento legal provisto por el Poder Legislativo.

### **Octavo hito: La Ley de TV de 1970**

La Ley de Televisión de 1970 que por primera vez norma este campo, cuyo autor es el senador de la Democracia Cristiana Juan Hamilton, por una parte consagra y establece el deber-ser según la mejor tradición de la televisión de servicio público generada hasta ahora cuando define cuáles son los objetivos de la televisión. Pero por otra parte, esta ley también responde a requerimientos de la coyuntura política. En el caso del tema que estamos tratando —el de la propiedad,



número y alcance de los canales de televisión— sanciona la situación existente a la fecha, es decir, sólo pueden operar canales de televisión las universidades ya autorizadas para ello (Universidad Católica de Valparaíso, Universidad Católica de Santiago, Universidad de Chile) y sólo dentro de la ciudad de origen, más eventualmente una cadena de universidades a nivel nacional, y el Canal Nacional que es el único que tiene llegada a todo el país. Por cierto, los organismos representativos de control de la gestión de este último organismo eran vitales para que no se convirtiera en un monopolio también doctrinario en el futuro, cosa que ocurre de hecho cuando estos organismos de control se suprimen durante el gobierno militar.

Altamente problemática se torna la disposición que impide la expansión a provincias de los canales universitarios, siendo ésta una de las principales “peleas” legales posteriores a la dictación de esta ley.

La extensión del Canal 13 a Concepción, con ocasión de las elecciones parlamentarias del '73, así lo demuestra. Asimismo, la transacción respecto a la crisis del Canal 9 en 1973 llevó a que por negociaciones se acordara la creación del Canal de la Universidad Técnica. Esto demuestra que en un medio tan poderoso y concentrado como la televisión, la dinámica de poder excede muchas veces las disposiciones legales existentes, al menos en épocas de marcadas crisis institucionales.

Se argumenta que los cuantiosos recursos que se requieren para hacer funcionar canales de televisión no permiten su ampliación en número en el país. Creo que ese argumento hoy día está de alguna manera salvado por los avances tecnológicos que abaratan fuertemente la emisión televisiva, respecto a lo que fue en la época en que se dictó la ley. Por otra parte, en una perspectiva de redemocratización, la diversificación del número de canales emisores parece importante, así como su descentralización regional, ya que la experiencia demuestra que aún cuando lo deseable es que medios tan escasos como la televisión puedan cultivar el pluralismo interno para paliar las escasas alternativas paralelas de audición, la propia falta de alternativas de emisión diversas, combinadas con su alcance masivo, refuerzan la presión política por su control no plural.

## 2. **Este tema nos lleva al segundo punto de nuestro análisis: El de la representación y de las políticas de gestión de los canales. Quiénes las definen, con qué medios y cómo se va conformando la institucionalidad televisiva**

### **Primero: Cada canal tiene su propia orientación**

Al no existir una normativa para el funcionamiento de los canales universitarios, la orientación de cada casa matriz, o sea del “*alma mater*”, va definiendo fuertemente a cada canal y su orientación.

### **Segundo: Preeminencia y pugna entre los estamentos burocráticos y los académicos**

Al márgen de que las casas matrices dejan entrever su posición en los canales, un tema que siempre estuvo presente como una problemática central fue el de la presencia de los estamentos académicos universitarios dentro de los canales y/o de la primacía de las estructuras burocráticas profesionales que se van conformando en el desarrollo de estos medios, siendo por tanto la polémica cuál de estos dos estamentos conduce al canal o de qué manera pueden establecer nexos y articulaciones para, conjuntamente, realizar esta dirección.

Esta disyuntiva posee dos momentos en el caso de los canales universitarios. En un primer momento, entre el '62 y el '67, en el Canal de la Universidad Católica hay una postura más pragmática y moderna que tiene una organicidad con la derecha y la empresa privada e implica una gestión bastante más directa, más empresarial y menos mediada por los estamentos académicos. Canal 9 de la Universidad de Chile, por su parte, es más partícipe de la idea de una cultura ilustrada, de una misión de extensión, de una sensibilidad popular y de alguna manera socialista, y del aprecio por el desarrollo del lenguaje audiovisual por su fuerte componente de cineastas. En tanto Canal 13 se administraba con altos niveles de autonomía respecto a las autoridades centrales y los estamentos académicos, el canal de la Universidad de Chile estaba ligado fuertemente en su



organigrama a los estamentos académicos con presencia de autoridades de peso y con la participación directa incluso de los rectores (Gómez Millas y Eugenio González), organicidad académica que tñó fuertemente las primeras épocas de dicho Canal.

Un segundo momento lo constituye la Reforma, en la que se invierte esta tendencia. En la Universidad Católica surge una nueva postura que atraviesa todo el quehacer universitario y las comunicaciones. Se transforma este sistema en un eje central de la Reforma, entendida como una actividad que une e interconecta a la Universidad con la sociedad, haciéndose partícipe de sus problemas y operando como una conciencia crítica de ésta. Se crea la Vicerrectoría de Comunicaciones y dentro de ella un organismo, el Departamento de Comunicación Audiovisual (DECOA), que produce programas en el espíritu de la Reforma por académicos y realizadores de televisión (en general periodistas), los que se transmiten por Canal 13. Se produce una incorporación de la perspectiva universitaria al interior del Canal, pero ella no está exenta de tensiones, puesto que las dinámicas propias del Canal 13 resisten la integración de estas iniciativas, que responden a una lógica no generada dentro de ella. Por otra parte, en el caso de la Universidad de Chile, se produce la relación inversa: los académicos son de alguna manera postergados y toman mucho más presencia los profesionales que han trabajado y que han formado parte del Canal, los que empiezan a generar formas de autogobierno, e incluso entran en contradicciones con lo que son las autoridades académicas del momento. Por otra parte, el Canal Nacional de la época (69-70) tampoco tiene una representatividad estatal sino solamente gubernamental, ya que su Consejo Directivo y Gerencia fueron nombrados desde el gobierno. No obstante, sus directivos dicen haber estado concientes que se trataba de una situación transitoria que los obligaba a una mayor ecuanimidad en su programación y administración, estando además expuestos al control de los otros organismos estatales.

### **Tercero: Ley Nº 17.377 de 1970**

La Ley 17.377 de 1970 aporta un elemento importante en este sentido, ya que establece para

Canal Nacional un Directorio, compuesto por representantes de los diversos poderes públicos, más representantes de los trabajadores del Canal, lo que le confiere así un carácter estatal. Las universidades también están obligadas a nominar organismos que asuman la Dirección de sus respectivos canales, al convertirlos en corporaciones. A su vez, el Consejo Nacional de Televisión jugaba un rol crucial en la regulación y estímulo de este sistema. En todo caso, sólo el Consejo del Canal 7 (Nacional) tuvo una mayor capacidad de dirección, ya que en los casos de las universidades, éstos sólo fueron empleados como mecanismos de negociación entre los académicos y los directivos de las universidades, debido a que los canales habían obtenido autonomías progresivas, encontrando éstos últimos respaldo más bien en organizaciones de la sociedad civil que dentro de las propias universidades.

### **Cuarto: Pérdida del pluralismo**

De esta manera, nos acercamos a lo que fue la fase final de este período, en el cual, probablemente como consecuencia de dinámicas casi incontrarrestables que primaban dentro de la sociedad en su conjunto, nos encontramos ante canales que han perdido su pluralismo interno, el que sólo es rescatable en lo que es el sistema televisivo en su conjunto. Es decir, el espectador, el receptor, tenía la opción de elegir entre los canales que sintonizaba y de esta manera tener la posibilidad de obtener visiones alternativas, pero éstas no se daban necesariamente al interior de cada uno de los canales, salvo en la televisión estatal, que pienso que logró mantener una relativa ecuanimidad.

Cabría preguntarse si esta crisis global del sistema televisivo, en la época del quiebre del estado de compromiso, se hubiera morigerado con la existencia de una Ley de Televisión desde los inicios de la misma en el país, y no como ocurrió, en medio de las crecientes tensiones. La aplicación de esa legalidad habría establecido un tipo de institucionalidad respecto a las relaciones entre los canales y las universidades, y entre los canales y la sociedad, que hubiera permitido enfrentar con mayor "densidad institucional" lo que fue el período final de la crisis institucional.



### 3. Políticas culturales y financiamiento

La contradicción más permanente que atravesó a los canales universitarios, y al estatal en menor medida, fue la indefinición respecto a sus sistemas de financiamiento, obligándoles al tan sui-géneris de la televisión comercial/universitaria. Hubo soluciones curiosas a esta disyuntiva, por ejemplo, *"la política sandwich"* que ideó Eduardo Tironi, Gerente de Canal 13 en el período 1962-1967, que consistía en que ponía alternativamente una franja de programación más atractiva, con mayor gancho para el público y luego una franja de programas más culturales, más demandantes, más provocadores de un diálogo cultural. Al ir alternando, suponía que el espectador iba a ser atraído por un primer programa e iba a permanecer en la sintonía del segundo, solución que a la vez tenía una lógica comercial interesante. De esa manera logró una estructura de equilibrio — aparente al menos— entre estas dos dinámicas y exigencias, entre lo cultural y lo comercial. Pero, en todo caso, vemos que no es inédito el hecho de que los canales de televisión en Chile, aún estando en el sector público, tengan que autofinanciarse.

Hubo, sin embargo, una diferencia bastante importante que es bueno considerar en relación a la situación actual. Ambas dimensiones, tanto la cultural como la comercial, tenían energías, tenían por igual presiones para que se desarrollaran a fondo. A la vez, los canales saben que su dimensión cultural les permite compensar el *"Talón de Aquiles"* permanente de estar realizando publicidad comercial. Por lo tanto, esta experiencia da pie para pensar que existen sistemas de regulación social que permiten aminorar la dinámica intensa y tan fuerte de la industria cultural por la comercialización de sus programas cuando se está expuesto a la lógica del autofinanciamiento.

Por ser esta primera época la de una televisión en etapa de aprendizaje y de formación de una institución, la mística, junto con la experimentación en lenguajes y géneros, era permanente, así como la evaluación crítica a las producciones. Se tenía la sensación de que había mucho por hacer y descubrir, y un espacio institucional para probar e innovar. No habían *"ratings"* (o

mediciones de teleaudiencia) propiamente tales (se introdujeron en 1969), aunque sí un *"olfato"* de lo que gustaba más. Las búsquedas, no obstante, o se orientaban a los programas para el gran público, siguiendo modelos de la TV comercial mundial, o programas entendidos como de aporte *"cultural"*.

Es ésta una cuestión crucial que se plantea también en el día de hoy: cómo superar la dualidad entre la opción comercial versus la opción cultural, que encuentra a la vez fundamentación en matrices tan persistentes como el entender la cultura como rango estratificado de cultura alta, media y baja, o el hecho de pensar que la industria cultural es *"demonizante"* y que sólo contribuye a la alienación y a las estrategias de dominación. Si se mantienen esas matrices, va a ser muy difícil poder encontrar una síntesis y un mejor equilibrio entre estas posturas de lo comercial y lo cultural. Quizás una vía de superación de esta oposición es aceptar que la programación de entretenimiento es una necesidad legítima para los canales de televisión, aunque estos tengan un objetivo educativo. También, el entender que toda programación de un canal, en tanto opción de sentido y formas expresivas, es cultural, y que así mismo todo programa cuya intención es transmitir elaboraciones culturales complejas fundadas en conocimientos y disciplinas más especializadas, puede ser tratado a través de un formato audiovisual atractivo, que pueda ser apreciado y comprendido por un público vasto. Al entender toda la programación televisiva como una activadora de la conciencia, y de las prácticas sociales, en los ámbitos más diversos de la vida social y personal, y al entender que la democracia no sólo se juega en las macro-políticas, sino que también en la vida cotidiana y en la sociedad civil, podemos llegar a plantear que una telenovela puede convertirse en un elemento tan o más decisivo en la formación de un ideario colectivo, que un programa de propaganda política.

Esta valoración y profundización de la función cultural como parte de todo proceso comunicacional y creativo supone mantener su autonomía relativa, no reductible a la función política e ideológica directa. Pero tampoco esta autonomía puede permitir que la función comunicacional se ejerza acríticamente o con independencia de las fuentes expresivas de la sociedad real. Final-



mente, y proyectándonos, hemos comprobado que existe una alta correspondencia entre entorno ideológico, político y cultural dominante y el sistema televisivo, y que más allá o más acá de las disposiciones legales existentes o de políticas planificadas por autoridades o directivos, es la existencia de una sociedad democrática activa, que ejercita y cultiva una cultura cívica, que da espacio al desarrollo de la creatividad social y a las posibilidades de profesionalización de las artes audiovisuales y que discute abiertamente sus contradicciones y crisis desde las diversas instancias de la sociedad civil y del Estado, la que permitirá en definitiva la existencia también de una televisión democrática, la que por cierto no es reflejo de lo anterior, sino que también puede colaborar a generarla.

Hemos visto que es un proceso de recíproca afectación entre sociedad y sistema televisivo el que le da su orientación a la televisión. De aquí que la presión social ejercida sobre la T.V. en un sentido de orientación positiva es fundamental para contrarrestar la dinámica absorbente de la lógica industrial-comercial o lógica de control político. Una sociedad consciente de cuánto le afecta la televisión y cuánto puede aprovechar o enriquecerse con ella, que presiona para que ésta responda a sus necesidades e intereses, es un elemento básico. Por eso creo muy valioso el paso en estos últimos años hacia entender al espectador no sólo como un receptor pasivo, al cual hay que extenderle un mensaje, sino como un receptor que se apropia de los mensajes resignificándolos y convirtiéndolos en un medio para definir su identidad al oponerse críticamente a ellos. Una educación del espectador como receptor activo, ojalá a nivel del currículum escolar regular, es una política complementaria para favorecer la democratización de la televisión desde el polo receptor.

Y, por último, tan importante como este factor es el de las normas y desarrollo de la capacidad de trabajo y creatividad interna de los estamentos burocráticos televisivos de los canales. Hoy la censura y autocensura, el apoyarse en programas garantizados, repetidos hasta el cansancio, la falta de evaluación interna en su quehacer, de capacitación sistemática, de experimentación, no pueden dejar de haber inhibido potenciales de iniciativa, innovación de sentidos y de proyectos

compartidos en los profesionales de la comunicación que pertenecen a estos organismos de producción. De ahí que la manera como estos canales puedan recuperar este espíritu es a través de formas participativas internas y de nuevas relaciones de trabajo con la sociedad global. Las transformaciones macro-estructurales de los sistemas televisivos son lentos y complicados: las experiencias de redemocratización recientes en Argentina, Brasil y España demuestran más bien que lo que primero se pone en movimiento es una nueva perspectiva en el trabajo televisivo, en sus géneros, formatos y maneras de dar cuenta de la realidad dentro de la cual están funcionando como resultado de esta permeabilidad televisión-realidad de la que hablábamos.

Por ello es que será dentro de estas instituciones donde radicará en el futuro gran parte del proceso, sin perjuicio de que éste pueda ser agilizado a través de una desconcentración burocrática y productiva con el acceso directo de otros realizadores como los productores independientes, ya que hoy en día los profesionales de la televisión no se agotan en los que trabajan en los canales, como ocurría antes de la aparición del video, sino que también hay capacidades creativas importantes en el terreno audiovisual televisivo en el sector independiente del país.

#### 4. En síntesis

La "*ley de hierro*" del aparato televisivo, como hemos visto, conduce a tres tipos de dinámicas que tienden a restarle diversidad al medio, y a alejarlo de su relación de intérprete creativo de la realidad, es decir, de su ejercicio democrático.

La primera, comercial, que implica estar en competencia con los canales paralelos y llegar a la mayor audiencia posible para captar la publicidad, tiende a homogeneizar la producción, a privilegiar la función distractiva, y a suponer al espectador como un hombre medio sin atributos culturales particulares, sin necesidades específicas.

La segunda, la política, en tanto la televisión concentra un gran poder por las pocas alternativas de la emisión y su gran masividad, lleva a la dinámica del control político del medio, para hacerlo instrumental a una sola perspectiva, con exclusión del pluralismo interno.



La tercera, la burocrática, que tiende a consagrar figuras, géneros, modos de producción, que se cierran sobre sí mismos de modo autoreferente, resistiéndose a la evaluación de su quehacer, a la innovación, a la integración de nuevos creadores o perspectivas, al diálogo e interconexión con la sociedad. Frente a esta situación, la presión externa de la sociedad es vital para moderar, compensar o contrarrestar estas tendencias. Esta puede asumir diversas formas: normativas legales generales, consejos asesores o administrativos. Se aspira a que estos últimos sean compuestos por una muestra representativa de la sociedad para asegurar que la diversidad social (ideológica, étnica, cultural, generacional, profesional) esté presente y pueda presionar por su sector. La exclusión sistemática de ciertas clases (populares) por los sectores dominantes, la centralidad capitalina, etc., pueden tener así mayor posibilidad de ser contrarrestados.

También será importante la presión indirecta, a través de una opinión pública interesada y participativa y a través de la crítica periodística especializada, que aborde temas de trascendencia cultural desde los objetivos o deberes establecidos por la ley, y los objetivos de cada programación, explicitados ante la opinión pública.

Pero estos organismos asesores, directivos o la crítica pública, son absolutamente inútiles si no pasaran por una modificación de las prácticas comunicativas propiamente tales. Es en la creación donde finalmente se resolverá la posibilidad de una TV diversa y pluralista, articulada con la expresión social existente y con su real imaginario.

La transformación de las prácticas profesionales es fundamental, desde las maneras de sig-

nificar la realidad, de concebir la función informativa, dramática, o artística. En tanto el arte es una forma de conocimiento y proyección de una sociedad, desde sus niveles más inconcientes y colectivos a sus peculiaridades de lenguajes, costumbres, valores y existencia, podrá dar cuenta sensible de esa realidad. Hay aquí un problema de profesionalidad, de innovación y de experimentación; que la evaluación de las realizaciones sea una práctica permanente, y se realice desde diversas ópticas y posturas; que los lugares de formación de los realizadores sean asumidos por organismos capaces y complejos; que se regule la posibilidad de incorporación de nuevas ideas y talentos, en un sistema abierto a la producción independiente.

Esta es, finalmente, la piedra de tope del sistema, a la cual deben conducir los esfuerzos y realizaciones en una interacción realizadores-sociedad, asegurada por normativas y formas institucionales que lo permitan.

Por lo que la definición del sistema no sólo radica en su propiedad, en el cual se ha puesto hasta ahora el énfasis. Tan decisivos como éste son aspectos relativos a su gestión: el financiamiento, la organicidad de los canales con la sociedad mediante sistemas de control, participación, orientación o representación de intereses y necesidades. Todos ellos serán irrelevantes si no se promueven con igual entusiasmo el talento creativo y la profesionalidad de realizadores, así como la capacidad de apreciación crítica de la producción cultural desarrollada en la sociedad misma, estableciendo así una demanda activa y diversificada desde el polo receptor.



## COMENTARIO A LA EXPOSICION

JUAN HAMILTON (\*)

Quiero fundamentalmente aportar al trabajo de esta primera sesión, que nos muestra cual ha sido la trayectoria de la televisión chilena desde su fundación hasta nuestros días. La televisión chilena como en este mismo trabajo se expresa, nace y da sus primeros pasos a través de las universidades en el año 59. Durante diez años se desarrolla sin ningún respaldo legal, por mera tolerancia de la autoridad de la época e incluso en clara violación de ciertas exigencias mínimas que esa misma autoridad establecía, en orden a no contratar propaganda comercial y a tener una absoluta prescindencia en materias políticas. No obstante, en esa primera época, en que las universidades huérfanas de todo apoyo oficial y de toda comprensión colectiva, desarrollan la televisión, hay algunos intentos de responder al desafío de fondo de darle un estatuto que la normalice. Dentro de lo que yo recuerdo y he podido encontrar en los archivos, en octubre de 1961, el entonces diputado, Alberto Jeréz, hace una presentación al Parlamento para darle respaldo legal, atribuciones, financiamiento y reservar la televisión para las universidades. Posteriormente, hay también una indicación, que entiendo que fue incluida en una ley o en una modificación a la ley sobre abusos de publicidad, que suscribían los entonces senadores, Tomic (demócrata cristiano), Palacios (socialista) y Letelier (conservador, miembro de la Universidad Católica y en esa época Presidente del Canal 13 de televisión); esta iniciativa no prosperó y al momento de ser votada incluso el tercero de los concurrentes a la

moción no estuvo presente en la sala. También hubo un anuncio —porque no llegó a ser más que eso— del Subsecretario del Interior de la época (1963), muy aplaudido por la prensa en esos momentos, que abría las expectativas de la creación de la televisión comercial en Chile.

Estos son los únicos antecedentes importantes que yo recuerde o haya podido detectar de la época anterior al año 1964.

El 16 de junio de 1965, o sea, a los pocos meses de iniciado el gobierno del Presidente Frei, se le plantea formal y oficialmente por parte del Consejo de Rectores de Chile la necesidad de dictar un estatuto que reconozca, regule y oriente la televisión chilena. Esa comunicación es muy importante porque es el punto de partida de todo. Entre las múltiples preocupaciones iniciales del gobierno de esa época no estaba la de establecer una política definida en materia de telecomunicaciones en general, ni en materia de televisión en particular. Es la urgencia creada por el Consejo de Rectores la instancia que impulsa al Gobierno a desarrollar un estatuto que posteriormente pudiera transformarse en Ley y regular la televisión en Chile. ¿Qué hace el Presidente de la República con esa carta? Designa una comisión, que me tocó integrar y presidir, en mi calidad de Subsecretario del Interior y que, además, estuvo compuesta por Alberto Jerez, diputado en esa época y por Patricio Rojas, que se desempeñaba como Subsecretario de Educación. Tal Comisión se abocó a la tarea de diseñar las bases de una

(\*) Abogado. Ex-senador y autor de la Ley N° 17.377 que normaba la televisión en Chile.



política para cumplir la petición del Consejo de Rectores y que fuera aceptable para el Presidente de la República.

En el fondo, se trataba de establecer una forma de convenio entre el Gobierno y las Universidades que tenían la responsabilidad de manejar canales de televisión. Esta Comisión logró efectivamente un acuerdo con los rectores de esas universidades. En seguida, se convino también una estrategia de cómo implementar tal política, que la explicaré posteriormente.

Por último, la Comisión obtuvo que la política y estrategia señaladas fueran aprobadas por el Presidente de la República.

Dicha política consideraba la creación de una red nacional de televisión que uniera a todo el país y la estrategia con la cual se implementó consistió en construir ese canal, antes de proponer un estatuto legal. Esto es lo que explica el hecho cierto de que durante algunos años durante esa Administración, que desde la partida se propuso dotar de un estatuto jurídico a la televisión chilena, ésta subsistiera sin él. De hecho se creó el Canal Nacional sin un estatuto que lo definiera.

Ahora bien, la Televisión Nacional pasó en esa época por tres etapas. La primera fue la que podríamos llamar del Ministerio de Educación. Ahí se consiguieron los fondos, a través de las respectivas Leyes de Presupuesto, para todo lo que era televisión.

Cuando todo estuvo listo, constatamos que la infraestructura de un ministerio —como el de Educación— con su burocracia, era prácticamente incompatible con las necesidades, exigencias y naturaleza de una empresa televisiva. Se crea entonces Televisión Nacional, sin una Ley específica, sino que mediante una sociedad subsidiaria de la CORFO, en que participan ella misma, ENTEL ( que va a poner la red troncal que había creado en la misma época y que contemplaba la posibilidad de llevar y traer un canal de televisión) y Chile Films por el parentesco que podía tener con el objeto de esta nueva sociedad. Ella es la que le da vida a la empresa que se pasa a llamar Televisión Nacional de Chile Ltda. e inicia las transmisiones uniendo a gran parte del país.

Cuando esto está cumplido, se propone la

consolidación, el respaldo legal y la creación de una nueva empresa de carácter público, que pasa a llamarse Televisión Nacional de Chile y es materia de la Ley 17.377 de 1970, transformándose en la sucesora legal de la empresa anterior. Esta es la razón por la que, habiendo estado definida y acordada la política desde el comienzo incluso con quienes más responsabilidad e interés tenían, esto es, los rectores de las universidades que contaban con canales, se hace primero el Canal Nacional y luego se presenta a la consideración del Congreso Nacional en el año 1969 la Ley respectiva. Esta Ley en lo sustancial, es reflejo de la propuesta que se hizo, pero ocurre con ella una cosa muy curiosa, y es que realmente es enriquecida en su tramitación parlamentaria. Se incorporan a su discusión todos los que tienen algo que ver con la televisión, a través de la concurrencia de los rectores, de los jefes de los canales, de los trabajadores de los mismos, de las organizaciones de artistas, de las empresas que producían programas de televisión. Lo mismo ocurre con todos los sectores parlamentarios, incluso aquellos que votaron —al menos en el Senado, no sé si también en la Cámara de Diputados— en contra. Sin embargo, a pesar de la votación concurren con aportes muy significativos que van desde la definición de los objetivos de Televisión Nacional hasta su financiamiento.

La política de televisión de entonces se refleja en el Estatuto de la Televisión Chilena, contenida en la ley N° 17.377 de 1970. ¿Cuáles son las partes más importantes? Primero, define los objetivos. Creo que vale la pena recordar qué fue lo que propuso el legislador. En esto no hubo gobierno y oposición, pues todas fueron aprobaciones unánimes. Dice así:

*La televisión como medio de difusión ha de servir para comunicar e integrar al país, difundir el conocimiento de los problemas nacionales básicos y procurar la participación de todos los chilenos en las grandes iniciativas encaminadas a resolverlo. Afirmar los valores nacionales, los valores culturales y morales, la dignidad y el respeto por los derechos de las personas y de la familia. Fomentar la educación y el desarrollo de todas las formas de cultura".* Después, en relación con la televisión universitaria —como parte del enriquecimiento de la discusión parlamentaria—, se dice que "la televisión universitaria



*debe ser la libre expresión plural, de la conciencia crítica y del pensamiento creador". Por último agrega, "la televisión no estará al servicio de ninguna ideología determinada y mantendrá el respeto por todas las tendencias que expresan el pensamiento de los distintos sectores del pueblo chileno". Esa es la primera idea, el primer postulado de la política de televisión que recoge la Ley.*

En segundo lugar, define quiénes tienen derecho a manejar públicamente este instrumento, hasta ahora, el más poderoso que el hombre haya creado para comunicarse y que bien empleado debe servir para elevar las condiciones de una comunidad y que mal empleado —y eso lo conocemos por experiencia— puede servir para deteriorarlo hasta límites inimaginables.

En el mundo existen tres sistemas. El sistema de la televisión gubernamental u oficial, en el que la televisión es del gobierno de turno, modelo normal en todas las dictaduras cualquiera sea su signo o lugar en la tierra en que se desarrolle. Usan la televisión para concientizar, para tratar de imponer sus ideas, para perseguir a los que no comulgan con ellas y para manipular la opinión pública. La primera definición es rechazar la televisión propiamente gubernamental.

La segunda definición es rechazar la televisión comercial, en manos privadas.

En el año 1964, cuando se inicia el Gobierno de Frei, hice una consulta al Director de Servicios Eléctricos, organismo técnico encargado de la televisión en ese momento, y su respuesta expresa lo siguiente: *"Hay 44 solicitudes pendientes para la televisión comercial, entre ellas "El Mercurio", algunas de las empresas del Cobre, etc., hay algunas solicitudes de canales para fines culturales, como la Universidad del Norte, el Instituto Comercial de Coquimbo, la Universidad Técnica del Estado..."*, y termina tal autoridad diciendo: *"El gobierno ...", (y se refiere al gobierno anterior)"*. *y la dirección han reconocido el funcionamiento de los canales universitarios, especialmente por la vía de instrucciones impartidas que han limitado la propaganda comercial y excluido el carácter político partidista, pero no se ha otorgado formalmente, de acuerdo con las normas vigentes, ninguna concesión".* Se rechaza así lo que durante el Gobierno de Alessandri

presumo yo habrá sido una presión muy fuerte para que se autorizara la televisión comercial manejada por intereses privados.

En tercer lugar, se opta por la coexistencia de la televisión universitaria, engendro típicamente chileno, con la Televisión Nacional, cuya denominación no es producto del azar. Es una televisión estatal, pero no gubernamental. Es una televisión que maneja el Estado, entendido éste como la representación de la Nación toda, incluido el Parlamento, para que la televisión no fuera, precisamente manejada sólo por el gobierno. Entonces se decía que *"jamás la televisión debería ser manejada por el citófono de la Secretaría General de Gobierno"*. Incluso se llegó a prescindir —para tratar en los hechos de confirmar la idea que se perseguía— de algunos importantes elementos del gobierno y de la Democracia Cristiana, para no radicar en la imagen pública la idea de que la Televisión Nacional podría ser manejada en términos sectarios o no pluralistas.

Otra idea fue la creación del Consejo de Televisión, cuyo manejo no queda entregado exclusivamente al gobierno, sino que, teniendo éste una participación importante —que tal vez en el futuro no debiera tener más—, lo comparte con representantes del Senado y la Cámara de Diputados en una fórmula en la cual minoría y mayoría están representadas, representantes de la Corte Suprema, los rectores de las universidades que operaban canales de TV, el Presidente de TV Nacional y representantes de la televisión.

Por otra parte, el Presidente de Televisión Nacional debía ser designado por acuerdo del Senado, cosa que ocurrió en la persona de don Eugenio González que fué designado como el primer Presidente de Televisión Nacional, conforme a la nueva Ley con la unanimidad del Senado de la época.

El objetivo principal de ese Consejo era orientar y fiscalizar, a través de las facultades que se le otorgaban, que los diferentes canales de televisión autorizados, respetando su derecho a programar libremente, tendieran al cumplimiento de los objetivos de la televisión chilena definidos por la misma ley.

En seguida, se establece una forma de financiamiento público de la televisión. Aquí no hay un



problema de dogma en contra de la propaganda comercial, y se le reconoce el rango de gran ayuda al financiamiento de la televisión, pero se limita la propaganda comercial a 6 minutos por hora en teoría. Esa disposición legal está aún vigente aún cuando ahora puede a veces llegar a 12 minutos seguidos en una misma tanda. Se establecía en el proyecto una tarifa por televisor, como el ejemplo europeo, que se cobraría a través de la cuenta de electricidad. Se produjo oposición parlamentaria dentro del propio partido de gobierno, así como un cierto grado de rechazo popular (a pesar de que eran 20 pesos los que se cobrarían por televisor). Así, en definitiva tal financiamiento se cambia por los que establece la Ley que es un financiamiento público compartido con el aporte de la propaganda comercial. De manera que los canales de televisión no quedaban dependiendo de los avisadores, o de la propaganda comercial.

Otras normas fundamentales garantizaban el respeto por el pluralismo político. Estas normas, que fueron introducidas en el curso de la discusión del proyecto, fueron discutidas con el aporte del Instituto de Ciencia Política de la Universidad Católica, de la Vice-Rectoría de la misma Universidad y con la participación de parlamentarios de todas las tendencias.

A través de esas normas se valoriza el que-hacer político a través de los espacios que se deben distribuir proporcionalmente entre las distintas corrientes de opinión, para hacer difusión política. Se prohíbe la propaganda política. Sin embargo, en las épocas de elecciones y durante el plazo que la Ley de Elecciones permite tal propaganda, los partidos tienen derecho a acceder gratuitamente a los canales para difundir la misma. Establece el derecho de respuesta y, además, una modalidad a tal derecho muy interesante, que se aplicó durante los tres años del régimen de la Unidad Popular, que consistía que cuando el Presidente de la República o el gobierno usaba de los canales de la televisión, en la misma extensión, en el mismo horario y por el mismo tiempo, los dirigentes de la oposición política tenían derecho a replicar.

En síntesis, ese título de la comunicación política establece o consagra en forma obligatoria y a través de la Ley, el necesario pluralismo político en el manejo de un medio tan importante como la televisión en un régimen democrático.

Quisiera destacar una frase, de una intervención mía en el Senado, que refleja lo que en ese momento pensábamos lealmente, no sólo los que auspiciábamos el proyecto Ley, sino que incluso los que estaban en contra de él, *"...la televisión no pertenece al gobierno, ni a un sector del país, ni a un partido por importante que éste sea, sino que pertenece a todos los chilenos, por ello tiene la obligación de servirlo, reconociéndole fehacientemente el derecho a la información objetiva, al sano esparcimiento y a la promoción de los valores nacionales y de la cultura"* (6 de octubre de 1970).

La televisión chilena ha conocido los gobiernos de Jorge Alessandri, de Eduardo Frei, de Salvador Allende y el actual. Yo quisiera destacar lo que, desde mi punto de vista, por cierto, es lo más importante que ha ocurrido en relación con la televisión en cada uno de esos regímenes.

En el gobierno de Jorge Alessandri nace la televisión chilena al alero de las universidades, contando con la tolerancia del gobierno. Segundo, no se dió paso a la televisión comercial. Para ello se argumentó que no era la forma más adecuada para financiar este medio de comunicación. El gobierno debió resistir fuertes presiones para que se aceptara, se legalizara o al menos se admitiera el hecho de la televisión comercial en manos privadas. A ello se opuso tanto el Presidente de la República, como el Ministro del Interior de la época, el Dr. Sótero del Río.

En el gobierno de Frei, se fijó una política en la materia y se cumplió. Esa política fue consensual, al menos con las universidades que daban televisión, y tuvo el respaldo de la mayoría del país expresado democráticamente en el Congreso Nacional. Definió y dió estabilidad a la televisión chilena mediante la dictación de la Ley 17.377. Unió a todo el país a través de la red de Televisión Nacional. Y manejó ese canal durante el período en que incluso no estaba sujeto a ninguna norma legal en términos pluralistas y de acuerdo con los valores de su política, que posteriormente iba a ser recogido en la legislación que se dictaría a tal efecto. Podemos recordar al respecto que durante la campaña presidencial de 1970, realizada entre alternativas tan distintas, Televisión Nacional mantuvo el programa *"Decisión 70"* a través del cual los tres candidatos, Salvador Allende, Jorge Alessandri y Radomiro Tomic tuvieron la



misma oportunidad, el mismo espacio y las mismas garantías para llegar a través de la red de Televisión Nacional a todos los hogares chilenos.

Antes de referirme al gobierno de Salvador Allende, quiero señalar que los partidos de la Unidad Popular participaron activamente en la discusión del proyecto e hicieron aportes importantes. En el Senado votaron contra la idea de legislar. Salvador Allende personalmente, ya elegido Presidente, pidió públicamente al Presidente Frei que la Ley no fuera promulgada, a fin de poder introducirle las modificaciones que los partidos de la Unidad Popular habían sugerido en la discusión parlamentaria y que no habían sido aprobados por la mayoría del Congreso. No obstante esta actitud, en el Pacto de Garantías Constitucionales, que fue condición para que Salvador Allende fuera designado Presidente de la República, se consagró la norma fundamental de que sólo pueden operar canales de televisión en Chile las universidades y el Estado, de acuerdo con lo que disponía la Ley que en ese momento ya se había promulgado. Dice textualmente el Artículo 10, Número 3, Inciso 3º: *"sólo el Estado y las universidades tendrán derecho a establecer y mantener estaciones de televisión, cumpliendo con los pre-requisitos que la Ley señala"*...

En lo que se refiere propiamente al gobierno de Salvador Allende, puedo señalar que hay aspectos positivos y otros negativos. En lo positivo, en primer lugar, se debe señalar el respeto a la inamovilidad del personal de Televisión Nacional; nunca hubo ningún intento de manipular al personal de dicho canal (que no era todo DC); en segundo lugar, cumplió estrictamente el título acerca de la comunicación política; en tercer lugar, se mantuvo con modificaciones el programa "A Tres Bandas", hasta que un representante de mi partido se extralimitó en la expresión de una crítica al gobierno y por orden del Presidente ese programa se cerró. Aún en ese caso el Gobierno cumplió con la instrucción del Consejo Nacional de Televisión para reponer un programa similar. El Consejo no tiene facultad de decirle a un canal qué programa transmite y qué programa no, pero sí tiene una herramienta para establecer mínimos o máximos de determinada programación válidas para todos los canales. El Consejo, después del cierre de "A tres bandas", que se transmitía por Televisión Nacional y ante el hecho de que tanto

los canales 9 y 13 tenían programas políticos en vivo dió una instrucción de carácter general obligatoria: *"todos los canales tienen que tener el día Domingo un programa en vivo y en directo, sobre discusión política contingente, con representación plural y al horario de mayor sintonía"*. Televisión nacional cumplió mediante un nuevo programa, "Parlamento 73", el que duró hasta el término de ese gobierno.

La parte negativa. Yo creo que el peor defecto del Gobierno de la Unidad Popular, en relación con la televisión chilena, muy particularmente con el Canal Nacional, fue que confundió el canal estatal con el canal del gobierno, violando así principios consagrados expresamente en la Ley. Esto se dio especialmente en los noticieros y en los programas informativos, los cuales fueron claramente sesgados, asunto que, tal como lo reconoce en su trabajo María de la Luz Hurtado, redundó en una pérdida de credibilidad. En seguida, hubo excesos en el Canal Nacional, con respecto a la Iglesia Católica, la comunidad árabe, determinados opositores, al Congreso Nacional, todos los cuales fueron oportunamente representados, reconocidos y aceptados por el propio Presidente de Televisión Nacional. Yo guardo una carta que le escribí expresándole un reclamo a Eugenio González Rojas, entonces Presidente de Televisión Nacional, que dice a la letra *"que estimaba fundamental para una buena convivencia democrática la aplicación estricta por parte de los responsables del canal de televisión, de las disposiciones legales pertinentes"*. En su respuesta me indicó que *"Mantengo por supuesto —dice—, este criterio como Presidente de Televisión Nacional y en tal sentido estoy dando claras instrucciones a los dirigentes del Canal; lamento que por circunstancias que todavía desconozco haya podido producirse la acusación que motiva su protesta y he impartido las órdenes del caso para que se proceda a la lectura de las declaraciones de su partido a la mayor brevedad posible dentro de la exigencia técnica que tiene este servicio"*. Esta fue la respuesta leal del Presidente de Televisión Nacional, que cuando vió que en los hechos era sobrepasado, tuvo la noble actitud de renunciar al Canal por ese motivo.

Yo diría que todo gobierno, cualquiera que sea la forma en que se estructure el manejo del Canal Nacional, tiene un peso específico respecto a la



televisión del Estado. Es el peso específico que le corresponde al gobierno en relación con el Estado.

Ahora, sin ánimo de excusar los defectos que estoy señalando respecto de esa época, creo que debe valorizarse no sólo lo positivo, sino también pensarse que estos errores o defectos se dieron en el más alto grado de politización y de tensión que tal vez haya alcanzado nunca el país; que afectó desde la Corte Suprema hasta el más insignificante club deportivo de barrio y que naturalmente no podía prescindir de la televisión, donde se dió una batalla política que va más allá de todo lo que es el problema del manejo de la televisión, de las estructuras legales de la Ley o de la Constitución.

¿Qué pasa ahora, bajo el régimen del General Pinochet? En primer lugar, la Ley que ha regulado a la televisión chilena y que de alguna manera sigue vigente hasta hoy día, supone necesariamente un régimen democrático, no puede funcionar, no tiene sentido en un régimen dictatorial. Más importante que las modificaciones que se le han introducido al cuerpo de esta Ley es el cambio que operó en las condiciones creadas por el régimen. Televisión Nacional pasó a depender de la Secretaría General de Gobierno, y tal hecho determinó que el modelo de la televisión universitaria y nacional, por la cual había optado la comunidad chilena democráticamente a través del Congreso y de la Ley, fuera cambiado por el modelo oficial o gubernamental de la televisión. Por lo demás, la Constitución del año 80 dejó abierta la puerta a cualquier forma de televisión, porque dice que puede ser del Estado, de las universidades o de cualquier otra entidad u organismo que la Ley acepte.

En función de lo señalado, para el futuro, prescindiendo de los avances técnicos y de su implementación eventual en Chile, —como pudiera ser la televisión por cable o de radiodifusión directa, que han aparecido en los países más avanzados—, sigo pensando, lejos del fragor de la discusión y de la tensión política, que el modelo de la Ley debe mantenerse en lo que es fundamental. Debe volverse al financiamiento —a lo menos en parte— público, única manera de liberar a la televisión de la dependencia comercial, del exceso de propaganda y de la influencia que en defi-

nitiva los auspiciadores, —se diga lo que se diga—, tienen sobre la programación, los ejecutivos y el manejo de la televisión. Y, por último debe respetarse y ojalá pudiera ampliarse el título respecto de la comunicación política para mantener, sostener e implementar el pluralismo necesario en una organización democrática. En otros países, como Suecia, no había —cuando estudiábamos esta Ley— ninguna norma que regulara la televisión. Yo estuve con el Gerente General de la televisión de tal país quién me decía: *"la prueba y garantía que yo le puedo dar a usted de que la televisión se maneja lo más imparcial y lo más objetivamente posible, —porque la imparcialidad, la objetividad absoluta no existen—, es que a mí me critican por igual el gobierno y la oposición"*. Otro ejemplo lo encontramos en la BBC. Hay mucha más reglamentación que en Suecia, pero recordemos lo ocurrido durante la Guerra de las Malvinas, cuando la jefa de gobierno critica pública e internacionalmente a la BBC, porque a su juicio fue demasiado imparcial y no se jugó por los intereses de Gran Bretaña.

La televisión tiene que ser eso, tiene que ser patrimonio de todos los chilenos, no puede ser patrimonio del grupo que en un momento determinado está dirigiendo los destinos del país.

Esto no significa que tal legislación sea perfecta. Al revés, así como en su oportunidad se hizo una discusión que permitió enriquecer tal iniciativa, yo creo que esta legislación debe recoger lo que en el mundo entero se ha avanzado en la materia, sin salirse de lo que debiera ser el modelo fundamental que he descrito.

En ese sentido yo quisiera simplemente esbozar algunas ideas: reponer el financiamiento público; independizar lo más posible la televisión del gobierno de turno, porque siempre va a tener un peso por el sólo hecho de tener autoridad. ¿Cómo? Que en la generación de las máximas autoridades, sobre todo las autoridades unipersonales del canal de televisión del Estado, el gobierno tenga una situación limitada respecto al Congreso, que es la expresión política más plural, en consecuencia, más completa de lo que piensa el pueblo chileno. Sé que esto merece el reparo de la politización y la experiencia anterior así lo demuestra, pero en la experiencia anterior, se politizó todo en Chile y la televisión no pudo ser



una excepción, al margen de lo que ocurría en la realidad social y política de entonces. Se trata de garantizar que la televisión sea manejada lo más independientemente posible del gobernante de turno. Para ello, algunas sugerencias concretas: que las autoridades unipersonales —o algunas de ellas— sean designadas por el Congreso y no por el Presidente; que estas designaciones más que hacerse por mayoría o minorías sean hechas por consenso; luego, que a esas personas así designadas se les de estabilidad y responsabilidad. Estabilidad para que tengan independencia y la ejerzan, para que puedan realmente jugar el rol para el cual fueron electas y al mismo tiempo que tengan responsabilidad de manera que estén obligadas de responder ante algún organismo que podría ser el Consejo de Televisión u otro cuando incurran en faltas en relación con el cumplimiento de los objetivos finales de la televisión chilena, o cuando desobedecen las instrucciones que dentro de la Ley le pueda dar ese Consejo.

El hecho de que la designación sea hecha por el estamento político, creo que no tiene reemplazo. Algunos han pensado alguna vez que la designación la debieran hacer los padres de familia, porque la TV va dirigida a los hogares, por los televidentes, o por los entendidos... al final llegamos que la única representación global es la representación política. Ahora, el hecho de que emanen estas designaciones de la representación política no quiere decir que tenga que escogerse a cualquiera, puesto que deben existir requisitos de experiencia, de idoneidad u otros, para asegurarse que, más allá del mecanismo de concertación que se emplee, quienes sean designados lo sean con el nivel adecuado para desem-

peñar tan importante función, hecho que por lo demás ocurre en todos los países de Europa Occidental.

En seguida, hay otro problema que está pendiente, que también se vió en la discusión de la Ley, y que es la creación de Comités Sectoriales por áreas importantes de programación, cuyas consideraciones sean tomadas en cuenta. No se trata de que cada Comité Sectorial vaya a decirle a la autoridad de televisión lo que tiene que hacer, pero sí que en determinadas materias importantes la dirección de cada canal no pueda operar sin el informe correspondiente, aunque no necesariamente se ciña a las sugerencias que reciba.

Por último creo que es necesario despejar las dudas que de alguna forma se han mantenido con la televisión universitaria. La televisión universitaria tiene el gran mérito de haber instalado y operado, aún sin respaldo y sin comprensión, la televisión en Chile. Después viene la Ley, se les da la oportunidad de poder extenderse por todo el país, pero ni durante el régimen anterior, ni durante el actual se ha aceptado —salvo ahora último—, que los canales de televisión tengan derecho a extenderse conjunta o separadamente. Yo creo que sobre tal derecho no cabe discusión alguna, más bien debe ser aclarado. Segundo, está el derecho de los mismos canales a establecer una red nacional alternativa. Tercero y último, tal derecho a operar canales de televisión es extensible a otras universidades, tanto como productoras de programas de alto nivel como a la posibilidad de hacerlos llegar al público a través de los canales existentes y, eventualmente, operar canales regionales.



## **II. LOS DESAFIOS DE LA TELEVISION CHILENA DEL MAÑANA**

**Juan Carlos Altamirano (\*)**

---

(\*) Cineasta e investigador en Comunicación Social. Licenciado en Sociología. Master en Cine y Televisión.



## INDICE

	Página
<b>INTRODUCCION</b>	47
<b>LOS PRINCIPIOS Y OBJETIVOS DEL SISTEMA DEMOCRATICO DE TV</b>	48
<b>1. Breve recuento histórico</b>	48
A. Transformaciones generales de la estructura televisiva chilena	48
B. Transformaciones del carácter de la TV Chilena	50
<b>2. La TV en la formación del consenso democrático</b>	51
A. La conquista de la credibilidad en la TV	51
B. La reconstitución de la relativa autonomía de la TV	52
C. Una experiencia histórica de autonomía	52
<b>3. El pluralismo y el derecho a participación</b>	53
A. Definición de conceptos dentro del marco televisivo	53
B. La necesidad de una política bidireccional de TV	54
C. La diversidad y el derecho a escoger	55
<b>EL SISTEMA TELEVISIVO Y SU DESARROLLO</b>	56
<b>1. Consideraciones generales</b>	56
A. La industria televisiva	56
B. La revolución de las comunicaciones	57
<b>2. El desarrollo de la TV</b>	58
A. La apertura del aire y la descentralización	58
B. Los desafíos de la excesiva influencia de la TV	58
C. El desafío del mercado	59
D. El desafío de la independencia	59
E. Los desafíos técnicos	60
F. Los desafíos de la regionalización	60
<b>3. Los modelos de TV dentro del sistema televisivo</b>	60
A. La articulación de modelos	60
B. La especificidad de cada Canal	62
C. La Red Independiente	62
D. El Canal Nacional	62
E. La Red Universitaria	63



<b>4. Los modos de producción y difusión</b>	64
A. La producción interna	64
B. La producción independiente	64
C. La coproducción	64
D. La producción nacional	65
E. La distribución de programas	65
<b>NORMAS DEL SISTEMA TELEVISIVO SOBRE PROPIEDAD, FINANCIAMIENTO Y CONTROL SOCIAL</b>	65
<b>1. Aspectos generales</b>	65
<b>2. El problema de la propiedad</b>	66
<b>3. El problema del financiamiento</b>	67
A. Consideraciones generales	67
B. El financiamiento público	67
C. El financiamiento publicitario	68
<b>4. El Control Social</b>	69
A. Propositiones Generales	69
B. Reconstitucion del Consejo Nacional de TV	69
C. Las directivas de las Corporaciones de TV	70
<b>5. Conclusión general: un nuevo orden     comunicacional y cultural</b>	71
<b>NOTAS</b>	72
<b>OTRAS FUENTES</b>	73
<b>COMENTARIOS A LA EXPOSICION</b>	
1. Jorge Navarrete	75
2. Claudio di Girólamo	78
3. Reinaldo Sepúlveda	80

## INTRODUCCION

Pareciera que la comunicación televisiva se ha transformado en la columna vertebral de la comunicación social, influyendo y penetrando en todos los ámbitos de la sociedad civil: su vida social, política, cultural, moral y psicológica. Ello nos lleva a meditar, una vez más, en el socorrido tema del “qué queremos, necesitamos y esperamos de la TV”, lo que equivale a preguntarse: “qué no queremos, ni necesitamos, ni esperamos de la TV.”

Por otra parte, las comunicaciones han creado una nueva era, una verdadera revolución tecnológica y cultural, que arrastra a nuestras sociedades a nuevas formas de organización y desarrollo. La TV también es un actor protagónico, para muchos determinante, en la gestación de estas nuevas formas de desarrollo. En este sentido, cabe preguntarse cómo la TV chilena ha de relacionarse con estos nuevos y grandes desafíos del mundo “post industrial”. Lo que equivale también a preguntarse cómo la TV puede aportar positivamente al desarrollo del país.

Si bien es una vieja interrogante, hoy más que nunca cabe preguntarse ¿qué modelo de TV está a la altura de los nuevos desafíos que imponen el desarrollo y el telespectador actual? Es evidente que las alternativas y modelos de TV que se implementaron desde 1959 —la “TV universitaria” y posteriormente la “TV de servicio público”— han sufrido enormes evoluciones y transformaciones. A la luz de estos cambios y revoluciones experimentados en los modos de producción y programación, es necesario preguntarse qué alternativas de desarrollo hay para la TV actual.

Finalmente, estamos frente a una situación de hecho: luego de doce años de régimen autoritario y a pesar de la revolución en las comunicaciones, Chile se encuentra amordazado. La población televidente está enfrentada a un monólogo, a un sistema unidireccional de TV. Pero, también es real que la sociedad civil ha comenzado a reconstituirse y a hacerse escuchar. Su tradición y voluntad democráticas empiezan a imponerse como una alternativa real de vida y cultura, de moralidad y ética social. Sobre esta base, cabe preguntarse, ¿cuál ha de ser el futuro de la TV en la reconquista y mantención de la democracia en Chile? Con este objetivo, el trabajo pretende definir una política para el desarrollo de la TV del mañana.

El trabajo ha sido dividido en tres partes: la primera sección intenta proyectarse en los principios y objetivos fundamentales del sistema televisivo. La segunda intenta crear las bases para el desarrollo del sistema televisivo en Chile. La tercera parte intenta definir las normas necesarias para regir el sistema televisivo, vale decir, el control social sobre la TV.

Las proposiciones que planteamos han sido deducidas de los estudios diagnósticos sobre la situación de la TV chilena realizados en diversos seminarios nacionales y centros de investigación. A su vez, se realizó un estudio sobre experiencias televisivas extranjeras y modelos internacionales de TV y, finalmente, se llevó a cabo una extensa rueda consultiva con diferentes especialistas en el tema y con profesionales de TV de nuestro país.



# LOS PRINCIPIOS Y OBJETIVOS DEL SISTEMA DEMOCRATICO DE TV

## 1. Breve recuento histórico

### A. *Tranformaciones generales de la estructura televisiva chilena*

El sistema televisivo chileno fue legitimado en 1970 con la ley 17.377. Esta ley interpretaba el espíritu con el cual se fundó y desarrolló, desde 1959, la TV universitaria y posteriormente la TV Nacional. Sus grandes objetivos y principios quedaron definidos en el artículo primero de la ley:

*"La televisión como medio de difusión ha de servir para integrar y comunicar al país; difundir el conocimiento de los problemas nacionales básicos y procurar la participación de todos los chilenos en las grandes iniciativas encaminadas a resolverlos; afirmar los valores nacionales, los valores culturales y morales, la dignidad y el respeto a los derechos de la persona y de la familia; fomentar el desarrollo de la educación y la cultura en todas sus formas, informar objetivamente sobre el acontecer nacional e internacional, y entretener sanamente velando por la formación espiritual e intelectual de la niñez y la juventud."*

Para desarrollar estos objetivos generales, como también los principios del pluralismo y el derecho a expresión, se llegó a un consenso en los debates del Parlamento, en cuanto a que la TV debía quedar en manos de las universidades y del Estado(1). De esta forma, se aseguraba que la TV gozara de un pluralismo interno y de autonomía frente a los monopolios privados y a los intereses políticos partidistas.

A su vez, a través del sistema mixto de financiamiento, se aseguró que la TV asumiera un carácter de "servicio público" como oposición a la TV "privada comercial". Luego se creó una serie de instancias a través de las cuales se aseguraba la participación de la sociedad civil en la dirección y control de la TV. Estos fueron organismos tales como:

- el Consejo Nacional de Televisión que tenía

como objetivo "la orientación general, supervigilancia y fiscalización de la TV chilena" (Ley 17.377).

- el Consejo Superior de cada Universidad, que le correspondía ser responsable de los canales universitarios en cuanto máximo organismo colegiado representativo de los estamentos universitarios y del quehacer académico;

- un Consejo Asesor de Programación, colegiado y multidisciplinario, en cada canal, que tenía como función asesorar profesionalmente al Director de Programación; y,

- finalmente, las políticas generales de cada corporación eran fijadas por los directorios de ellas, los cuales eran elegidos democráticamente.

Si bien esta estructura de televisión logró desarrollarse e implementar relativamente sus objetivos hasta 1973, no estuvo exenta de problemas y crisis. Durante los inicios de la TV, por su precariedad y falta de trayectoria histórica, la credibilidad de este medio era incipiente comparada con la de la prensa y la radio. Posteriormente, durante 1970-1973 el sistema televisivo vivió una hiperpolitización, perdiendo su autonomía frente a los intereses políticos partidistas, cayendo como consecuencia, en la ausencia de objetividad y credibilidad. Los factores de esta hiperpolitización obedecen fundamentalmente al enfrentamiento político del período, dentro del cual el sistema televisivo, lejos de regular y mediar en el conflicto de intereses, fue víctima y partícipe de la polarización.

Hay otros factores que contribuyeron también a la hiperpolitización, como lo plantea Valerio Fuenzalida: *"la letra y el espíritu de la ley (y el espíritu de la época) entendieron el pluralismo y la participación restringidamente a los actores y representantes políticos... El horizonte de la ley (y de la época) no pensó en otros actores sociales (salvo los trabajadores de la TV y los periodistas) que fuesen importantes en la conducción superior de la TV... Otro elemento determinante fue el hecho que a los representantes sólo se les calificó políticamente y no se les exigió competencia en el tema televisivo. (Se refiere a los miembros del Consejo Nacional de TV (CNTN)). A menudo eran personas completamente ignorantes en TV y fueron designados en tanto excelentes oradores o hábiles polemistas" (2).*



La conclusión que se saca de esta experiencia es que la hiperpoliticación creó “desinterés progresivo” y falta de credibilidad en la TV; mientras para algunos, un Canal o programa decía “la verdad”, para otros ese mismo canal mentía. Tal situación, obviamente, contradecía el espíritu de la ley 17.377 en cuanto a velar por la “integración y unidad nacional”, y la independencia político-ideológica del sistema televisivo.

Luego, en el período que va desde 1974 hasta hoy, los diagnósticos coinciden en que la situación se torna dramática. La información televisiva pierde no sólo credibilidad sino además legitimidad. Se acrecienta esta tendencia a partir de 1983, producto de la pérdida de credibilidad de la sociedad civil en la legitimidad del régimen militar.

Las razones de la crisis, en este plano, han sido ampliamente estudiadas, resaltando las siguientes: fin absoluto de la relativa autonomía de la que gozaban los canales universitarios y televisión nacional (TVN). A partir de los decretos leyes 111, 112 y 113, el control público de la sociedad civil sobre el sistema televisivo queda bajo mandato del Gobierno Militar.

En el caso de los canales universitarios, a través del DL 50, las universidades pasan a ser dirigidas por Rectores Delegados, en representación del gobierno. El Art. 5 del DL 111 disuelve el Consejo Superior de las Universidades. *“A través, pues, de la disolución de los cuerpos colegiados universitarios y del traspaso de sus facultades a la discrecionalidad del Rector-Delegado del Gobierno, -afirma Fuenzalida- se acaba el control de la comunidad universitaria sobre la TV y se instaura un control gubernamental”* (3).

En el caso de TVN, su directorio fue eliminado por el DL 113 y reemplazado por un Director General en el cual se concentraron todos los poderes. Este Director General es nombrado por la Secretaría General de Gobierno. Anteriormente, era nombrado por el Presidente de la República y aprobado por el Senado.

A su vez, el personal de TVN debe ser aprobado por la Secretaría General de Gobierno (Art 1, B). Luego, con la modificación de la Ley de Televisión (Art 26), TVN no es más responsabilidad del Ministerio de Educación, sino de la

Secretaría General de Gobierno: *“Este traslado implica un abandono del énfasis cultural que se pretendió para la TV Nacional de Chile y la adquisición de un rasgo de instrumento político al insertarla en uno de los más neurálgicos centros del gobierno”* (4).

A su vez, el Consejo Nacional de TV se redujo de 16 a 8 personas, de las cuales 6 son nombradas por el gobierno, eliminando los representantes del Parlamento y de los trabajadores de la TV. El DL 113 tuvo como función *“adecuar el funcionamiento del CNTV y de Televisión Nacional de Chile a las actuales circunstancias del país”* (5). Esto, en la práctica, obliga a los profesionales de televisión y al CNTV a seguir la lógica política e ideológica impuesta por el régimen.

En este terreno, resaltan la negación del pluralismo, la desinformación, la tergiversación de la realidad nacional, el uso indiscriminado de la televisión para propaganda gubernamental y para manipulación ideológica, la negación a la opinión pública de su derecho de expresión y negación de la participación de la sociedad civil en el control y dirección de la TV.

Indudablemente, al margen de los deseos de los profesionales de televisión y de la sociedad civil en general, esta lógica contradice el espíritu de la ley 17.377, ya que ésta disponía lo siguiente:

*“... a la TV universitaria le corresponde ser libre expresión pluralista de la conciencia crítica y del pensamiento creador (...) La TV no estará al servicio de ideología determinada alguna y mantendrá el respeto por todas las tendencias que expresen el pensamiento de sectores del pueblo chileno.”* (Ley 17.377 Art. Primero).

A su vez, la política comunicacional del gobierno niega los objetivos generales de la ley en tanto impide *“integrar y comunicar al país; difundir el conocimiento de los problemas nacionales y básicos, y procurar la participación de todos los chilenos en las grandes iniciativas encaminadas a resolverlos.”* (Art. primero). Mas bien la preocupación del gobierno ha sido hacer valer el Art. 4 del DL 386, en cuanto a que *“los canales estarán obligados a destinar hasta una hora diaria de sus transmisiones para el Servicio del Estado, cuando así lo requiera por escrito el Secretario General de Gobierno, a quien corresponde resol-*



*ver acerca de la oportunidad y forma en que la referida obligación deberá cumplirse" (6).*

Así, la TV chilena se transformó de órgano de la sociedad civil en un aparato de dominación ideológica al servicio del régimen militar.

### *B. Transformaciones del carácter de la TV chilena*

Otro importante cambio estructural del sistema televisivo se debió a la transformación del carácter de la TV chilena de servicio público-universitario en "televisión comercial". Los autores de la ley 17.377 se inspiraron en el modelo de servicio público europeo, llegando a la conclusión que la fórmula comercial-privada norteamericana no servía a los intereses del país.

Si bien no fue posible seguir el modelo financiero del "servicio público" europeo, el cual está libre de presiones comercial-publicitarias, en cambio sí se pudo instaurar un sistema mixto de financiamiento regulado y restringido por el control social. Para empezar, al igual que en Europa, se negó la posibilidad de auspiciar programas, sobre la base que daban al publicista poder directo en la determinación del contenido de éstos. A su vez, se impedía cortar los programas con publicidad y la agrupación de más de 6 minutos de publicidad por hora. Todas estas medidas fueron tomadas para asegurar la existencia de una TV "educativa" y dedicada al "servicio público".

Como es vastamente conocido, a partir de 1975 la TV fue obligada a autofinanciarse. A partir de tal momento, el precario modelo de servicio público-universitario inició su transición al sistema comercial. Siguiendo la lógica de la TV comercial, la programación es regulada por el mercado y controlada indirectamente por el sistema de auspicios. En la práctica, esto ha implicado que aproximadamente un 80% de la programación es del género de "entretención" y prácticamente un 65% corresponde a envasados importados (7).

Justamente los estudios y diagnósticos coinciden que en Chile se perdió la diversidad o el "equilibrio" en varios planos de la programación. Primero: el "equilibrio" entre los géneros "informativo", "educativo" y de "entretención"; segundo: el equilibrio entre el porcentaje de programas impor-

tados y de producción nacional; tercero: el equilibrio en la programación para una audiencia nacional y regional. En honor a la verdad, nunca se dio un equilibrio o diversidad dentro de estos tres planos, como lo prescribía el modelo de servicio público-universitario en la Ley de Televisión.

En cuanto al primer plano: ya en 1972, el 19% estaba destinado a "información", un 67% a "diversión" y un 13,1% a "educación". En 1982, el desequilibrio es aún más dramático: el 79,7% corresponden a los géneros de "entretención", un 15,9 a "información" y el 4,4% a programas de tipo "educativo". Luego tenemos que, de todos estos géneros, aproximadamente el 65% corresponde a programas importados (8).

Por consiguiente, el pueblo chileno ha tenido escasamente la posibilidad de expresarse y verse reflejado en la pantalla, de verse a sí mismo en todos los planos de la vida cultural del país. Si casi no hay expresión nacional, menos aún hay expresión regional. Pensamos que esta situación contribuye poco a "integrar y comunicar al país", y a afirmar los valores culturales y morales de nuestra sociedad.

Esta realidad no sólo se hace presente en Chile. Aún en los países más "desarrollados", el porcentaje dedicado a la "entretención" es sustancialmente superior a los géneros educativos y de información. Aún más, se argumenta que el sistema televisivo mundial lentamente se acerca a la siguiente uniformidad:

*"A donde se vaya -dice el investigador Elihu Katz- se encontrará que las noticias ocupan alrededor de un 10% del tiempo de televisión, más otro 10% de reportajes y documentales. Las series y seriales comparten alrededor de un 20% del tiempo, mientras los programas de niños, entretención liviana (shows) y cine, ocupan cada uno más de un 10% de la programación. Deporte y educación de adultos ocupan menos del 10%. Religión, música de todo tipo y teatro, ocupan alrededor de un 2 a 5% del tiempo televisivo. Pero hay un 30% de posibilidad de encontrarse con "Kojak" en cualquier noche de la semana" (9).*

Ahora bien, si los países con más tradición de "servicio público" no han sido capaces de revertir esta situación por diferentes razones de índole económica y estructural, sería irreal suponer que



en Chile se puede implementar una política distinta, que lleve a un cuadro diferente al recién analizado.

La noción misma de estos conceptos ha experimentando una evolución y readecuación con las demandas y fragmentación del público televidente. Lo que es “entretenido” o “educativo” para unos, no lo es para otros sectores. O bien, una película de “entretención” puede ser muy educativa e informativa y encauzar más valores y conocimientos que un documental educativo. Un show como *Sábados Gigantes* puede realizar, como muchos argumentan, más funciones sociales que un reportaje que trae información tergiversada. De manera que el límite entre lo educativo, cultural, de entretención o información es altamente complejo.

Por otro lado, el alto porcentaje de los géneros de “entretención” no es simplemente causa de la creciente “comercialización”, como muchos argumentan. Resulta que el público telespectador exige y prefiere la “entretención”. Esto es evidente no sólo en América Latina, sino también en Europa Occidental (10).

En resumen, esta evolución o cambio estructural en la TV chilena demuestra, a nuestro juicio, dos aspectos:

Primero, la necesidad de reformular el “equilibrio” entre programas educativos, informativos y de entretención, en términos de asegurar la **diversidad y el derecho a escoger**. Planteamos esto, pues pareciera que la cruda realidad o la fuerza de los hechos han impedido la existencia del “equilibrio” como fue planteado originalmente en la ley 17.377. Por consiguiente, pensamos que es necesario reformular el carácter de “servicio público” como modelo de televisión.

Segundo, dadas las condiciones estructurales en que se encuentra actualmente la TV chilena, pensamos que las reivindicaciones fundamentales serían: **reconquistar la autonomía y la credibilidad en la televisión; asegurar el pluralismo y el derecho a expresión; y crear instancias de participación social en el control y dirección de la televisión.**

## 2. La TV en la formación del consenso democrático

### A. La conquista de la credibilidad en la TV

Si una de las funciones fundamentales de la televisión es ser un actor en el desarrollo cultural y social del país, el sistema televisivo tiene que contar con amplia credibilidad y legitimidad frente al público televidente. No sólo la experiencia chilena lo demuestra, sino también la experiencia de sistemas con enorme prestigio democrático, como son los casos de la televisión en Gran Bretaña, Francia y Holanda, por nombrar algunos (11).

La credibilidad está basada en la confianza del público en la **objetividad, imparcialidad y neutralidad** del mensaje televisivo. La credibilidad es fácil de comprometer, pero difícil de ganar. Indudablemente que la desinformación, las manipulaciones y la falta de pluralismo comprometen la credibilidad.

Lo que proporciona tal elemento a la televisión, como a todo medio de comunicación de masas, es justamente la discusión imparcial y neutra de temas de interés y trascendencia que afectan a la opinión pública; la búsqueda del “balance” informativo, político e ideológico; la presentación de puntos de vista opuestos y alternativos; la presentación de interpretaciones diversas; de tal manera que es el televidente quien, independientemente, forma sus opiniones e ideas. Esta debería ser, pues, una tarea para los programadores de cada uno de los canales.

En resumen, de no existir credibilidad por parte de la audiencia, el discurso y mensaje televisivo se transforma en banal, trivial o en un insulto a los valores que inspiran la sociedad democrática. Si uno de los objetivos fundamentales de la televisión en todo régimen democrático es resguardar y representar los intereses de la Nación en su conjunto, los intereses de la opinión pública y del consenso social, es determinante que la institución televisiva goce de credibilidad y legitimidad.



## B. La reconstitución de la relativa autonomía de la TV

Difícilmente la opinión pública depositará su confianza o tendrá credibilidad en un sistema televisivo sin autonomía e independencia, donde el mensaje está comprometido con intereses particulares. Vale decir, la credibilidad pareciera estar profundamente interrelacionada con el nivel de autonomía e independencia en que se desarrolla la estructura televisiva (12).

Como resultado de la trayectoria de la TV chilena, los diagnósticos coinciden en la necesidad de asegurar la autonomía frente a los intereses gubernamentales, de partidos políticos y de grupos económicos nacionales y transnacionales. El sistema televisivo chileno debe ser protegido de la hiperpolitización, como a su vez, de la hipercomercialización e hipercentralización. Conseguir tal independencia debería ser uno de los objetivos fundamentales de una política comunicacional democrática.

Una de las características fundamentales de la televisión europea radica precisamente en esta autonomía e independencia, donde la TV lejos de transformarse en órgano dependiente y representante de intereses políticos determinados, juega el papel de **mediador**, de árbitro **regulador** de los diferentes intereses sociales, políticos y culturales que se debaten libremente dentro de la democracia (13).

Creemos que esta necesidad de **mediación** no sólo se hace presente para reparar los errores del pasado y del presente. Es necesario, además, para crear un **consenso** social en torno al sistema democrático; consenso sin el cual la democracia difícilmente se puede fortalecer y desarrollar. La legitimidad de la democracia y su fortaleza se basa en el uso del consenso como oposición a la coersión en la dirección de la sociedad civil.

La estructura televisiva, en este sentido, tiene un importante papel a jugar, como lo demuestra la experiencia de las democracias desarrolladas. La mantención y reproducción del sistema democrático se ha logrado en una importante medida, gracias al papel que ha jugado la televisión en la búsqueda y regulación del consenso social en torno al sistema. Este fenómeno ocurre, repetimos, debido a que el sistema televi-

sivo se presenta a sí mismo como un órgano **independiente, autónomo** frente a los diversos intereses particulares.

## C. Una experiencia histórica de autonomía

Si revisamos la experiencia de la BBC en el sistema televisivo, a nuestro juicio, la más perfeccionada hasta hoy en términos de independencia, veremos que es la historia de una larga lucha de emancipación contra el poder político y los intereses privados. Por ejemplo, su originalidad fue resultado -según los investigadores Curran y Seaton- del esfuerzo personal de su gerente general John Reith y de algunas "casualidades" históricas.

La BBC desde su inicio y en la búsqueda de la concreción de sus principios de "servicio público", consideró inadecuado el control privado-comercial y vislumbró el peligro de transformarse en un órgano de propaganda de gobierno. Reith insistía en que la BBC debía estar sobre la política, los políticos y la comercialización. A su vez, entendía que la legitimidad y representatividad de la BBC dependía de la capacidad de representar los intereses de la sociedad civil en su conjunto.

La prueba práctica sobre "imparcialidad" la enfrentó la BBC durante la huelga general de 1926. Reith sabía que el futuro de la corporación dependía del manejo durante la crisis. Argumentaba que suprimir las informaciones y el debate público agudizaría la crisis. Su acierto fue buscar la confianza tanto de los huelgistas como del gobierno, de tal forma que la BBC pudiera facilitar la resolución de la crisis: "*Al final del día, algún tipo de conciliación tendría que prevalecer (...) La BBC podía actuar como intermediario entre ambos contendores a través de la creación de un espíritu de buena voluntad, al servir a ambas partes (...) Finalmente la corporación emergió de la huelga conquistando una audiencia nacional y con una creciente autoridad*" (14).

Así nació la ética de "neutralidad profesional", reafirmada posteriormente por las teorías económicas de Keynes y su creencia más característica en cuanto a pensar que los asuntos públicos debían estar en manos de una élite profesional de servidores públicos desinteresados. Cabe destacar, sin embargo, como afirman



Currans y Seaton, que esta neutralidad se desarrolló en Gran Bretaña con el beneplácito del Estado y sus instituciones públicas:

*“Los gobiernos sentían que el progreso de la ciencia y la armonía de las artes sería estrangulada por la existencia de reglas rígidas y la constante supervisión del Estado. Por consiguiente, entre la ansiedad de Reith por evadir la constante manipulación política de los “broadcasting” y, por otro lado, la ansiedad del Estado por evadir la interferencia directa, dejó a la BBC en una posición de independencia. Tal principio pues, fue resultado de una suerte de coyuntura” (15).*

Afortunado o no, esta ética de independencia marcó los principios del sistema comunicacional de servicio público y el futuro político de la democracia Británica. En Chile, no hemos estado ajenos a esta tradición. La televisión, como otros medios de comunicación, gozó de una relativa autonomía e independencia. Y es a partir de esta tradición que es posible plantearse para el futuro la reconstitución de la autonomía y la independencia, factores que a nuestro juicio son esenciales para crear y desarrollar un consenso social en torno a la democracia.

Estamos conscientes que en una sociedad civil fuertemente politizada e ideologizada como ha sido tradicionalmente la chilena, el planteamiento de autonomía estará fuertemente comprometido por los intereses políticos y económicos en juego. Inevitablemente, la vieja mentalidad de usufructuar y manipular el poder en desmedro de los intereses generales del país, estará presente. Por ello, es imperioso que los representantes políticos de la sociedad civil en su conjunto tomen conciencia que, para la sanidad y bien propio del sistema político y comunicacional del país, es necesario que este último mantenga una autonomía frente a los diversos intereses partidistas. Tal posición no sólo favorecería en su conjunto a cada posición política sino, además, a los intereses generales de la democracia. Cualquier instrumentalización del sistema televisivo por parte de tal o cual grupo, cuestionaría la posibilidad de crear un amplio consenso en torno a la mantención y el desarrollo de la democracia en Chile. Tal es el papel que debería jugar la televisión en el futuro esquema democrático.

Gracias a la extensa tradición de pluralismo, cultura y voluntad democrática existentes en Chile a través de este siglo, creemos que hay bases suficientes y sólidas para reconstituir estos principios. Esto último nos lleva a la problemática del pluralismo y la diversidad en la programación y los contenidos.

### 3. El pluralismo y el derecho a participación

#### A. Definiciones de conceptos dentro del marco televisivo

Si bien la credibilidad y la autonomía son principios fundamentales en la estructura televisiva de un país democrático, no constituyen un fin en sí mismo. Se puede decir que más bien representan un medio para permitir y asegurar uno de los pilares de la democracia: **el pluralismo y el derecho a expresión y participación**. Antes de entrar a concretar estos objetivos en una política comunicacional de televisión, quisiéramos justamente definir la especificidad de estos principios dentro del marco de la estructura televisiva.

Pensamos que el consenso y la integración nacional deberían ser definidas como un estado en el cual los diversos sectores de la sociedad se pueden intercomunicar entre sí. Como lo ha demostrado la experiencia chilena en este último decenio, si un sector de la sociedad monopoliza el control, la producción y difusión de la comunicación con el objetivo de pretender imponer la “unidad-integración” nacional, el resultado es más bien el opuesto. Por consiguiente, el objetivo de crear un consenso, una unidad nacional en torno al sistema democrático, pareciera ser sinónimo con el objetivo de crear un sistema de televisión a través del cual el pueblo y cada sector de la sociedad se pueden comunicar entre sí: poder conversar, discutir, divertirse, reflejarse, proyectarse y expresar libremente sus ideas a través de la pantalla, podría llamarse un estado de pluralismo y participación.

Ahora bien, si el sistema político democrático se basa en el **pluralismo**, es decir, en la coexistencia de grupos, instituciones diferentes e independientes con doctrinas e ideologías alternati-



vas, habría que concluir que el sistema televisivo tiene que reconocer y ser interlocutor de la pluralidad que se da dentro de la sociedad civil. El pluralismo, pues, se traduce en la práctica televisiva, en ofrecer y asegurar una **diversidad de programas, mensajes y contenidos provenientes de fuentes diferentes y alternativas de producción y difusión, dirigido a un público tanto masivo como selectivo.**

A su vez, pensamos que el pluralismo está directamente relacionado con otro de los pilares de la democracia, el derecho a **participar**. Aquí fundamentalmente nos interesa asegurar la participación en el ámbito mismo de la comunicación. En este sentido, y siguiendo los principios democráticos, es fundamental que la participación esté también relacionada con el derecho del telespectador a **elegir lo que se transmite y lo que recibe**. Si se trata de un medio de comunicación que afecta directamente al público y a la ciudadanía, lo sensato es que el "medio" responda a los intereses y necesidades del público. Eso es, al fin y al cabo, lo que se llama un "servicio público".

#### *B. La necesidad de una política bidireccional de TV*

En primer lugar, creemos que hay que reconocer que la ciudadanía no es una "masa" uniforme, homogénea, sin capacidad de discernir, de valorar y escoger por sí misma. Hay que reconocer que en el público hay diversidad de gustos e intereses, de concepciones de la vida y el mundo; que hay diversidades culturales y niveles educativos. Hay que reconocer que también el país está compuesto por regiones y grupos sociales diferentes, con formas de vida, tradiciones, ideas y valores diversos. Hay que reconocer, por último, que si el pueblo puede escoger sus gobernantes, con mayor razón puede y tiene el derecho a escoger lo que ve y escucha en la pantalla. ¿Y qué implica esto? Que los programadores se nutren de las necesidades, demandas e intereses del público, de la misma manera que el público se nutre de las representaciones que los programadores realizan para ellos. Luego, estamos hablando de implementar un sistema de comunicación **bidireccional**.

En este sentido, el "**feedback**" activo y positivo es sinónimo de un sistema bidireccional de comunicación, en tanto sea capaz de recoger los intereses y demandas plurales del público. Esto implica, en términos prácticos, recurrir a los únicos sistemas que hasta ahora se han desarrollado para conocer lo que el público desea y necesita: los métodos de investigación como "estudios de audiencias" y "estudios de efectos"; métodos que van más allá de clasificar las respuestas en "sí/no", "a favor/en contra"; "prendido/apagado".

Justamente, la publicidad es efectiva porque para llegar al público y convencerlo de comprar, ha tenido que desarrollar e implementar, por subjetivas que sean, formas de reconocer a sus usuarios, leer sus gustos y necesidades y finalmente satisfacerlos. Luego, con más razón, un sistema de servicio público debe conocer y satisfacer las necesidades e intereses de su audiencia.

Por consiguiente, antes de ponerse a producir y programar televisión, es necesario reconocer las actitudes, valores, conductas, gustos, y opiniones del telespectador a través de sistemas de "feedback" activos:

- los diferentes modelos de estudio de audiencia;
- sistemas de encuestas, cartas, rating;
- evaluación de la calidad de los programas a través de la crítica, tanto "especializada", como del propio público;
- asegurar que los resultados de los estudios sean evaluados por todas las instancias de programación y control y sean luego implementados como políticas de TV;
- implementar el derecho a réplica;
- reconstituir un consejo de programación por canal que sea representativo de los diferentes estamentos de la sociedad civil; y,
- reevaluar el sistema de rating;

Cabe destacar que el rating (o medición de la audiencia) en Chile no puede ser considerado como un positivo feedback en tanto no hay diver-



sidad ni alternativas dónde escoger. Se argumenta que el rating es un efectivo sistema para medir la demanda y el interés popular y que en base de él se determina la programación. Pero, de hecho, cuando la elección se produce entre “lo mismo”, y existe una homogenización de programas (hasta el punto a veces de ver en los tres canales, al mismo tiempo y sin “cadena”, el mismo reportaje), la alternativa es quedarse con uno de los programas o apagar la TV. Un rating o competencia entre la masificación de lo mismo, determinado a priori por una burocracia, no mide verdaderamente la demanda y el interés real de la audiencia. El rating es un sistema válido para medir la competencia, pero sólo en la medida en que la pantalla ofrece una real pluralidad y alternativa de programas y contenidos. Tampoco se puede permitir dictar la programación en nombre del rating, ya que es una variable limitada en comparación a los estudios de audiencia.

A su vez, una política bidireccional implica introducir al público y a la población en la producción-programación, como actores de la vida cultural, social y política de la Nación. Se trata, pues, de crear espacios y contenidos donde la población pueda comunicarse y expresarse libremente en:

- creación de foros y paneles con representantes de toda la comunidad y organizaciones sociales. Vale decir, poner fin al sistema de participación elitista reducido a celebridades-estrellas;
- entrevistas a los más variados actores de la vida social, popular, cultural, política y económica del país;
- creación de programas narrativos con personajes y problemas de la vida real;
- creación de documentales y reportajes que investiguen las problemáticas sociales y culturales y den tribuna a todos los sectores involucrados;
- creación de programas de orientación pública y solidaridad social; y,
- creación de programas producidos por organizaciones sociales (colegios profesionales, sindicatos, estudiantes, etc.).

Se trata, en líneas generales, de que el telespectador sea a la vez emisor-programador. Tal es el principio básico de una política bidireccional de comunicaciones, sin la cual difícilmente el sistema televisivo gozará de legitimidad y representatividad democrática. En resumen, no se puede contribuir a integrar el país y desarrollar su identidad, su cultura, sus valores nacionales, manteniendo la actual política de monólogo unidireccional. Es necesaria, entonces, la implementación del diálogo bidireccional como principio democrático de la TV.

### C. La diversidad y el derecho a escoger

Reconocer la necesidad del pluralismo y la participación implica aceptar la existencia de una diversidad de programas y contenidos donde el público televidente pueda escoger de acuerdo a sus intereses y necesidades.

Justamente uno de los beneficios del sistema democrático es que permite que cada uno pueda estar envuelto en las decisiones que afectan su destino.

Se habla de la necesidad de crear instancias que permitan participación en el “control social” de la TV, lo cual es absolutamente necesario. Sin embargo, existe otro ámbito en el que se puede implementar tal asunto, nos referimos a una dimensión más concreta de participación: el derecho del público televidente a **escoger** lo que se transmite y se recibe.

La única fórmula concreta de ejercer este derecho por parte del público, es que exista una diversidad de redes, programas y contenidos que permitan al telespectador escoger libremente en su hogar. Justamente, como lo afirma Curran y Seaton, “*el poder de la televisión se ha basado considerablemente en una falta de alternativas y diversidad donde escoger*” (16). Pensamos, pues, que el poder televisivo se reducirá mientras mayor diversidad televisiva exista en términos de alternativas donde escoger, puesto que el telespectador está en posición de controlar lo que ve y escucha, transformándose así en un espectador activo. A nuestro juicio, esta diversidad se puede expresar y reflejar en diversos planos:



- la existencia de diferentes fuentes de producción de programas: interna de los canales, independiente, regional y co-producciones nacionales e internacionales;
- la importación de programas provenientes de diversos países, con otras culturas y realidades sociales. Vale decir, que la importación de envasados no solo proviene de Hollywood. Existen otros mercados que ofrecen una variedad de programas, géneros y contenidos;
- la existencia de una variedad de fuentes de retransmisión. La sociedad moderna cuenta con múltiples canales de comunicación como alternativa al sistema monopólico que restringe la forma de ver TV a dos o tres canales. Justamente el uso de los videos caseros, la TV por cable, la TV por suscripción, la TV por satélite, y el uso de la pantalla como terminal de información por computación, apuntan a ofrecer más alternativas y diversidad; en otras palabras, se **libera** al telespectador de las restricciones actuales, permitiendo que cada uno escoja -dentro de la abundancia televisiva- su programación de acuerdo a su horario, necesidades e intereses;
- la existencia tanto de un "broadcasting" como de un "narrowcasting". Vale decir, la difusión de programas y mensajes para un público masivo y a la vez, la difusión de programas y mensajes para minorías (regiones determinadas, grupos sociales, culturales, y de opinión pública). En otras palabras, respetar el gusto y los intereses de las mayorías y de las minorías.

Cabe destacar que la tendencia a la "fragmentación" es el camino escogido por las democracias desarrolladas como fórmula para satisfacer las necesidades de cada cual. La "comunicación para masas" está siendo cuestionada. Lo anterior implica asegurar la diversidad dentro de cada género; y, por último, hay que reconocer que dentro del consenso social que la TV debe impulsar y resguardar, habrá diversas opiniones, concepciones, e intereses que necesitan tribuna. Asegurar la expresión, dentro del marco de la

imparcialidad y el consenso, debería ser otro de los objetivos fundamentales de esta política.

En resumen, el problema es saber cuáles son las verdaderas necesidades e intereses de la audiencia, de tal manera que aquellos interesados en la "alta cultura" sean satisfechos de la misma manera que aquellos que gustan de lo "popular". La diversidad pues, es también una forma de asegurar el pluralismo y el derecho a participar activamente en el control de la programación.

## **EL SISTEMA TELEVISIVO Y SU DESARROLLO**

Hemos intentado definir en términos generales algunos de los principios básicos de una política comunicacional para la democracia; cabe ahora entrar a definir esta política en términos prácticos. Lo primero que resalta es que el desarrollo democrático aparece profundamente interrelacionado con el desarrollo del país en general y el de la industria en particular. En otras palabras, la capacidad de implementación de estos principios democráticos en TV dependen en gran medida de la capacidad de la TV misma para desarrollarse como una industria fuerte, innovativa y eficaz; una industria que lejos de causar pérdidas al país, aporte a su desarrollo. Tal debería ser otro de los objetivos del futuro sistema televisivo.

### **1. Consideraciones generales**

#### *A. La industria televisiva*

Pensamos que actualmente la TV chilena puede ser definida como una industria. Como lo plantea Fuenzalida: *"En Chile, las empresas de TV en conjunto disponen de una cantidad de dinero que equivale al 0,5% del Producto Geográfico Bruto, porcentaje que se ha mantenido constante en los últimos años. En 1977 el sector pesquero del país gastaba el 0,5% del PGB y al sector de la construcción correspondía un gasto del 2.6% del PGB. Estas cifras ejemplifican la magnitud que ha ido adquiriendo la industria televisiva en el país"* (17).



A su vez, es necesario considerar que en el proceso de producción televisiva hay varias profesiones y especialidades involucradas, las cuales también necesitan de ella para expandirse y desarrollarse. Nos referimos en especial al cine, teatro, periodismo, músicos, diseñadores, escritores, técnicos e ingenieros.

También, el proceso de producción y difusión televisiva envuelve una numerosa y sofisticada tecnología electrónica. Es una industria que articula en su entorno a los más significativos adelantos tecnológicos, como por ejemplo, el uso de satélites, fibras ópticas, la computación, el uso de sistemas digitales, etc. La TV se ubica así, a nuestro juicio, dentro de la vanguardia del desarrollo industrial moderno.

El producto televisivo llega a millares de seres humanos, entonces no sólo tiene influencia-efectos en lo cultural, educativo y psicológico; sino que tiene además la potencialidad de atraer capital, generar excedentes, crear y desarrollar fuentes de trabajo e impulsar el desarrollo tecnológico.

Todos estos factores permiten definir a la TV como una Industria que día a día asume más un carácter estratégico. Esta además explicar que Chile necesita y necesitará de mayores industrias, sobre todo, aquellas que puedan absorber el potencial creativo, cultural y profesional del país. Por consiguiente, pensamos que es fundamental una política comunicacional que contribuya al desarrollo y ampliación de esta nueva y vigorosa industria.

### *B. La revolución de las comunicaciones*

Otro aspecto general a considerar se relaciona con un nuevo fenómeno que toma cuerpo y se proyecta a futuro como un campo determinante en el desarrollo de la sociedad actual. Nos referimos a la "revolución de las comunicaciones", de la informática; lo que muchos especialistas denominan como el inicio de una nueva época, la de la sociedad "post-industrial". No es éste el lugar para entrar a definir con rigurosidad lo que esto implica y el curso que ha tomado esta revolución. Sin embargo, ya se pueden perfilar algunas tendencias básicas (18).

- un extraordinario y masivo avance

tecnológico en el campo de las comunicaciones; expansión que se proyecta rápidamente a los países en desarrollo.

- la "apertura del aire", creándose múltiples canales de comunicación, como son el uso del video, de cables, de satélites, de nuevos canales de TV y redes de computación (bancos de datos). La pantalla, pues, diversifica sus papeles.
- la transnacionalización de la cultura y de la industria de la entretención, la que terminará trascendiendo todo tipo de fronteras y proteccionismos como jamás se conoció en la historia de nuestra cultura. Las identidades nacionales, por consiguiente, darán paso a una identidad transnacional.
- mayor demanda cultural y de diversión producto del aumento del "tiempo libre" (menos horas de trabajo y altos índices de cesantía producto de la automatización creciente). Por consiguiente, se prevé que la "industria de la entretención": producción y distribución masiva de libros, música, cine, TV, deporte, recreación etc., seguirá en expansión.
- La TV será el medio y la industria con mayor expansión y desarrollo. Ello por su naturaleza doméstica; porque articula en sí otros medios como el cine, la música; porque es un servicio que se obtiene extremadamente barato o "gratis" a los ojos del usuario.

A nuestro entender, sería ingenuo pensar que los enormes cambios "post industriales" que experimentan EEUU y Europa Occidental no afectarán a Chile. Mientras el país mantenga su tradicional dependencia frente a estos centros de poder, no tendrá más alternativa que adoptar tales hábitos "post industriales", a pesar de tener sectores viviendo aún en la época "pre-industrial". Más aún, ello será así si se trata del mundo de la TV, el que por su naturaleza está muy determinado por las grandes corporaciones transnacionales (19).

Sobre esta base, pensamos que es necesario afrontar el futuro con una actitud positiva y realista. Lo importante es ver en qué medida estas nuevas variables pueden servir al desarrollo de nuestro



país y de su sistema televisivo; en qué medida podemos hacer un uso positivo de estos nuevos desafíos tecnológicos que empiezan a invadir el mundo occidental. Pensamos que es irreal y romántico suponer que Chile no caerá en esta nueva etapa del capitalismo. Creemos más bien, que se debe buscar una justa **adaptación** de esta nueva "revolución" a nuestra realidad.

## 2. El desarrollo de la TV

### A. La apertura del aire y la descentralización

Se puede comprobar que los países con sistemas televisivos desarrollados, los cuales no necesariamente coinciden con países "desarrollados" caminan hacia una creciente desmonopolización del aire. Más bien en tales países se está dando la existencia de varias corporaciones de TV que reparten sus servicios, por lo general, a través de tres o cuatro redes nacionales. Gran Bretaña, por ejemplo, abrió un nuevo canal de TV independiente; lo mismo está ocurriendo en Francia y España que han autorizado otros canales para romper con el monopolio estatal existente hasta ahora. Además, se han abierto canales por suscripción, y se han aprobado las leyes que permiten la instalación de cables y TV por satélite.

Se piensa que la existencia de un monopolio del aire por un "par" de redes nacionales es altamente peligroso por la concentración de poder que ello significa y por la enorme influencia que éstas ejercen sobre la sociedad. Por otro lado, es improbable que un par de cadenas satisfagan las múltiples y diversas demandas del enorme público televidente. Por ello, pensamos que la creación de nuevas redes de comunicación está en concordancia con una política de descentralización y pluralismo.

Por consiguiente, con el fin de garantizar los principios democráticos y desarrollar la industria televisiva, proponemos:

1. Impulsar el desarrollo de una red troncal a nivel nacional de **TV Universitaria**, como bastión cultural-educativo del sistema televisivo nacional. En este sentido, es extremadamente positiva la experiencia que desarrolla Tele Norte y la UC de Valparaíso.

Podemos decir, pues, que ya existen los gérmenes para el desarrollo de una Red Universitaria. Es necesario apoyarla y desarrollarla.

2. Desarrollar una política de **regionalización** televisiva con el fin de que las diversas regiones del país puedan tener una voz autónoma y así puedan expresar sus realidades e intercomunicarse entre sí. Para ello, debieran implementarse tres formas de producción y difusión:

- producción regional para transmisión regional;
- producción regional para transmisión nacional; y
- producción central para transmisión regional.

3. Crear una tercera red de TV de carácter **Independiente**. Pensamos que están dadas las condiciones técnicas y de mercado para que ello así ocurra.

4. Creemos que una legislación sobre TV debiera garantizar el derecho a expandir la industria comunicacional, permitiendo la existencia de la TV por **cable**, por **satélite** o por **suscripción**.

5. Desarrollar la producción y distribución del **video alternativo** para TV. Actualmente existen extensas redes de distribución de tales videos. Estos circuitos alternativos han llegado aproximadamente a 300 mil espectadores anuales. El sistema televisivo democrático, lejos de impedir este desarrollo, debiera contribuir a su progreso prestándole ayuda tanto técnica como financiera.

En resumen, la creación de nuevos canales y redes busca extender la posibilidad de escoger y de satisfacer las exigencias, demandas y necesidades, particulares y generales, del telespectador. Busca a su vez desarrollar la industria televisiva, estimulando también con ello diversas otras profesiones, empresas y actividades de la vida económica, cultural e intelectual de nuestro país.

### B. Los desafíos de la excesiva influencia de la TV

Un argumento que se entrega a menudo para rechazar la idea de expandir y descentralizar la TV



es aquel que dice que es un medio demasiado “influyente”. Si es tan influyente, ¿por qué se permite que esa influencia esté fuertemente centralizada y monopolizada en un par de cadenas a nivel nacional?. Los diversos estudios sobre la materia concluyen y la experiencia lo demuestra, que con la centralización y monopolización, sea ésta en un régimen democrático o autoritario, obviamente lo que ocurre es que esa “influencia” y “penetración” se multiplica (20). Aun más, si esa gigantesca influencia es **manipulada** en nombre del “interés nacional”, o si simplemente no es dirigida adecuadamente, las consecuencias son nefastas. Es lo mismo que permitir la existencia de un par de diarios y de un par de radios. Indudablemente que el poder de esos “pares” será excesivo, y la falta de variedad hará insoportable la situación. Pensamos, pues, que en la medida que existan múltiples fuentes de difusión televisiva, creándose un amplio espectro pluralista donde escoger, más se neutraliza y se disipa el poder de influencia de la TV. Aparentemente, lo que ocurre es que el lenguaje televisivo se fragmenta y segmenta a tal nivel, que termina autoneutralizándose.

Nadie pretende negar que la TV es un medio poderosos de penetración e influencia. Lo que ocurre, a nuestro parecer, es que detrás del argumento de la excesiva “influencia” de la TV, está implícita la idea de que el público está incapacitado de discernir y escoger por sí sólo, luego es el “Hermano Mayor” quien tiene que hacer esa tarea en nombre de los intereses del público y la Nación. Pero tal sistema se asemeja más a la realidad presente, y no a un sistema democrático de TV. Después de todo, si un pueblo es capaz de elegir sus gobernantes, ¿por qué no será capaz de elegir que le conviene mirar y escuchar? Entonces, por qué no pueden haber más canales alternativos de comunicación y entretención si las condiciones económicas y técnicas lo permitieran? ¿No será que detrás de toda centralización y monopolio, sea éste estatal o privado, está implícita la pretensión de poder y control por parte de una élite “iluminada” sobre el resto de la ciudadanía?

### C. El desafío del mercado

Si bien Chile no es Europa ni EE.UU., debemos considerar que proporcionalmente es el país

de América Latina con la más alta población televisiva según los datos de UNESCO. Cabe destacar que cualquier país Latinoamericano cuenta con cuatro Canales de TV, llegando hasta siete como en el caso de México. El argumento que no hay mercado y población para otro Canal es insuficiente a la luz del extraordinario crecimiento experimentado en el mercado de televisores y de la población televidente:

*“En 1965 había en Chile seis televisores por habitante (50 mil unidades); en 1980 la cifra creció a 205 por mil habitantes. Esto quiere decir dos millones 300 mil aparatos (fuente Unesco). Hoy, el número de televisores en el país asciende a 3,5 millones de televisores, de los cuales el 30% es a color. El 95% de los hogares del gran Santiago dispone de un televisor. Incluso un 84% de los sectores marginales posee un televisor” (21).*

El hecho es, nos guste o no, que los mercados se crean, se abren y se expanden y así lo demuestra la industria moderna; y a pesar de las recesiones y crisis, avances y retrocesos, el mercado en general es algo que se expande a través de la historia. Luego, cuando hablamos de una industria como la TV, con todos sus potenciales, creemos que sería miope no abrir nuevos espacios de TV.

### D. El desafío de la independencia

Otro argumento común es que un Canal privado necesariamente pertenecerá a “El Mercurio” u otro grupo económico, y por consiguiente, será un vehículo de poder e influencia al servicio de tales sectores sociales. Respecto de tal riesgo, debe señalarse que en Francia, España y Gran Bretaña, conscientes de este peligro, se dictó una ley que impide a empresas dueñas de otros medios de comunicación participar en la gestión de las empresas independientes de TV. De esta manera, se puede impedir el control monopólico de la información.

Por otro lado, el argumento subestima la capacidad empresarial de muchos otros sectores que no comparten ni la ideología ni los proyectos de “El Mercurio”. Hablamos de una estructura abierta de inversión que puede ir desde individuos particulares a empresas estatales o privadas; pero siempre asegurándose que no haya un monopolio de control y propiedad.



Por ello, pensamos que un nuevo canal independiente debiera estar formado por dos o más empresas de **productores independientes**, los cuales comparten una misma red para realizar sus transmisiones. De esta forma se asegura que el nuevo canal no sea expresión de un monopolio. A su vez, la existencia de más de una empresa independiente compartiendo la misma red, asegura que exista pluralidad y diversidad en su interior.

### *E. Los desafíos técnicos*

Cabe destacar que actualmente existe más de una decena de productores independientes con estudios propios. Existen a lo menos cuatro compañías con equipos y estudios de video altamente sofisticados, con montos que superan el millón de dólares en inversión. Entre ellas podemos citar a Visual, TV Cine, y KB. A su vez, en cine tenemos estudios como Balcine, Chile Film, PubliCine, Arauco-Films, y otros. También existen centros productores-distribuidores como Filmo Centro, ICTUS, ILET y otros.

Cada una de estas empresas y centros no sólo cuenta con infraestructura, sino que también cuentan con sus propios equipos de producción: directores, productores, técnicos, administradores. Equipos que tienen un alto nivel de profesionalismo gracias, entre otras cosas, a las exigencias de la publicidad, que es donde fundamentalmente se emplean ahora. Por consiguiente, no sólo existe la infraestructura y los profesionales para producir independientemente, sino que además hay una capacidad instalada que espera poder expandir todas sus fuerzas productivas y creativas cuando las condiciones así lo permitan.

Por otro lado, en cuanto a la **red de transmisión**, existen dos alternativas. La primera es ocupar la Red Troncal de ENTEL basada en microondas que actualmente tiene tres transmisores: uno para TV, uno para telefonía y otro de "respaldo". El transmisor de TV es ocupado por Canal Nacional y el de respaldo fue ocupado recientemente por Canal 13.

Se tiene así la posibilidad de instalar un tubo más de transmisión, sin mayores costos. Se estima que toma aproximadamente un año en ser instalado entre Arica y Castro, con un costo de

alrededor de un millón de dólares. Cabe destacar que este sistema de microondas permite un sistema bidireccional de comunicación -la señal viaja en ambos sentidos-. Esto hace de las regiones no sólo receptoras de programas, sino que también les permite transmitir al resto del país (22).

Otra alternativa para transmitir la señal es la utilizada por Canal Nacional, esto es la transmisión por satélite. Así tenemos que existen las posibilidades técnicas, sin mayores costos extras de instalación, para transmitir una nueva señal de TV, sea por satélite o microondas.

### *F. Los desafíos de la regionalización*

Indudablemente que la regionalización presenta un gran desafío, tanto económico, técnico y de recursos humanos que garanticen la calidad del servicio. Si bien en un inicio tal programación regional puede resultar deficiente y precaria, estamos seguros que con los años y la experiencia, terminará transformándose en un eficiente servicio. Ello dependerá, a nuestro juicio, de la capacidad del Estado para implementar una efectiva política global de regionalización y descentralización. En la misma medida que los viejos esfuerzos de regionalización permanezcan en el papel, habrá que hacer un esfuerzo consciente de producir y programar para las regiones, considerando los intereses y necesidades específicas de cada una de ellas a través de un sistema efectivo de "feedback".

La idea de regionalizar a través de las universidades del país también es viable. Es necesario recordar que todo sistema televisivo ha pasado por una etapa de precariedad, como ocurrió con la TV de la Universidad de Chile y Católica. Actualmente se puede decir que son corporaciones bastante desarrolladas. Pensamos que en un futuro ello también ocurrirá con la UCV y Tele Norte de Antofagasta. De manera que es posible pensar en una alternativa más de regionalización a partir de las universidades.

## **3. Los modelos de TV dentro del sistema televisivo**

### *A. La articulación de modelos*

Pensamos que la sola existencia de un mo-



delo de TV, sea éste estatal, universitario o privado, se presta a varios tipos de desviaciones. Se argumenta en el caso estatal, la falta de autonomía frente a los poderes políticos de turno, y una excesiva burocratización interna que impide la innovación y expansión de las fuerzas creativas. En el caso de la exclusiva existencia de la TV privada, ésta se transforma en vehículo de las ideologías dominantes y en una programación puramente masiva y comercial (23).

En el caso de la TV Universitaria, salvo el caso de la BBC 2 y su "Open University", aparentemente en ninguna otra parte del mundo se ha logrado implementar los objetivos y principios que movieron a fundar televisiones universitarias (24). En otras palabras, pensamos que para servir mejor las demandas y necesidades televisivas de la sociedad en su conjunto, pareciera que la fuerza de los hechos empuja justamente a la articulación de diferentes modelos de TV, más que a la imposición de un sólo modelo, sea éste estatal o privado. No es por casualidad que países tradicionalmente bastiones del sistema televisivo estatal y centralizado, como han sido España y Francia, hoy se mueven hacia un sistema mixto de competencia, siguiendo el ejemplo de Gran Bretaña. Tampoco es casualidad que en los Estados Unidos, bastión del sistema comercial, continuamente se introduzcan más programaciones y TV (por cable), con características de "servicio público" (25).

Se hace cada vez más evidente que la solución a las desviaciones naturales tanto de la TV comercial como estatal, está en la coexistencia de modelos alternativos de TV en permanente competencia; lo que se ha denominado **sistema mixto de TV**. En este sentido, la creación en Chile de un nuevo Canal con carácter **alternativo e independiente**, al estar constituido por diferentes empresas independientes de producción, representaría un verdadero **sistema mixto** entre TV estatal/ universitaria/ independiente.

Pensamos que un sistema mixto traerá consigo no sólo la expansión de la industria televisiva, sino que además creará **competencia** por satisfacer las diferentes demandas y gustos de la población televisiva. Si la TV chilena goza de cierta calidad en comparación a otras del conti-

nente, no sólo se debe a que existen canales universitarios, sino que más bien esa relativa "calidad", al margen de la situación irregular de control que se vive actualmente, se debe a la competencia que ha existido entre Canal Nacional y los Universitarios, especialmente con Canal 13. De haberse dado tan sólo un polo estatal o un polo universitario, o sólo TV privada-comercial, como en la mayoría de los países latinoamericanos, creemos que la TV chilena sería muy pobre.

En un régimen democrático, la competencia entre modelos diferentes de TV tiende a equilibrar las desviaciones inherentes a cada modelo. Es así como la TV comercial británica, para poder competir con la BBC, tuvo que introducir numerosos programas de servicio público. La competencia por hacer mejores reportajes, mejores documentales, mejores noticieros, mejores paneles, contribuyó, como lo afirman diversos investigadores ingleses, a mejorar la calidad de los programas educativos e informativos en Gran Bretaña (26). A su vez, la BBC, para poder competir con la TV comercial en cuanto a programas de entretenimiento, tuvo que mejorar los shows, las comedias, y los programas dramáticos, tratando de satisfacer el gusto y las demandas populares, más que el dictamen de las autoridades estatales. Actualmente, con la introducción de un nuevo canal, que es alternativo tanto a la BBC como al resto de la TV comercial británica, se introdujo un nuevo factor de competencia, que busca satisfacer los gustos y necesidades de otros grupos sociales.

Por otro lado, la introducción de la **producción independiente** dentro del sistema televisivo, ha sido vista como un elemento dinámico en el desarrollo de la industria televisiva. No sólo porque genera capitales y puede ser una importante fuente de trabajo para técnicos, artistas y otras empresas; sino además, porque es eficiente y genera un factor de competencia con las estructuras burocráticas de la TV estatal y privada. Justamente, el ya mencionado nuevo canal en Gran Bretaña, con el fin de asegurar su carácter "alternativo" y poder competir con los "grandes", se nutre exclusivamente de la producción independiente, encargando programas a productores de cine, de video, y a documentalistas.



### B. La especialidad de cada canal

Nuestra tercera tesis en cuanto al sistema comunicacional se refiere a la identidad de los canales. A nuestro juicio, no tiene sentido aumentar el número de canales en busca de la desmonopolización del aire, y la creación de un sistema mixto, si todos los canales transmiten lo mismo y para un mismo público; es necesario pues, que cada corporación de TV esté orientada a cumplir objetivos comunicacionales diversos, de tal manera que las corporaciones se distingan entre sí, tengan una identidad propia, ofreciéndole al público una alternativa real. En otras palabras, la competencia entre corporaciones de televisión tiene que darse a partir de fisonomías distintas y no entre equivalencias, como ocurre actualmente en el sistema televisivo local. En este sentido, otro objetivo de la política comunicacional debiera ser que las corporaciones ya establecidas retomaran la identidad con que fueron creadas.

Estas conclusiones nos llevan a examinar y proponer algunas modalidades distintas.

### C. La red independiente

Las características de este nuevo Canal debieran situarse en los siguientes ámbitos:

- a) proveer programas alternativos a los establecidos por las otras cadenas de TV, lo cual implica abrir otros mercados de producción y distribución;
- b) proveer programas para los intereses y necesidades de sectores minoritarios, para grupos sociales determinados. Vale decir, tiene que enfatizar hacia una programación segmentada más que masiva;
- c) impulsar y darle espacio a programas innovativos y experimentales;
- d) darle espacio a representaciones, y discursos con contenidos controvertidos y heterogéneos. Buscar y asegurar el pluralismo y la participación en el mundo televisivo de los más diversos sectores de la población;
- e) darle tribuna a expresiones culturales, artísticas y de entretención que han estado

postergadas o marginadas hasta ahora de la pantalla; ej: lo nacional en cuanto a teatro, cine, video, plástica y música de todo tipo.

Pensamos que esta política de programación estará garantizada en tanto esta nueva red esté formada por varias y pequeñas empresas **independientes** de producción y distribución. De esta forma se evita que se transforme en una nueva corporación monopólica que sirve a un interés. Vale decir, la especificidad de este Canal es que se nutra de la "producción independiente" a través de tres sistemas:

- empresas independientes que producen sus propios programas;
- empresas que comisionan la producción de determinados programas a productores independientes ; y
- empresas importadoras de programas (videos, películas, documentales) producidos independientemente.

Se trata que el Canal Independiente se abastezca de la producción independiente nacional hasta un 50% de su programación. El 50% restante, pueden ser envasados también provenientes de la producción independiente internacional, con el fin de asegurar su carácter "alternativo" y poder financiar el funcionamiento del canal.

### D. El Canal Nacional

Esta red fue creada, como lo señalara María de la Luz Hurtado, proyectándose a un nuevo sistema televisivo, "cuyo eje sería una red nacional de carácter propiamente gubernamental, alternativo y no complementario a los universitarios. Legítima su función en el hecho de que los canales existentes se han comercializado, por lo que aún sigue pendiente la implementación de la TV educativa en Chile. A través de la Corfo y vía Entel, se forma Canal Nacional y su primera implementación de equipos se realiza a través del presupuesto regular del Ministerio de Educación" (27). No es nuestra intención hacer un análisis del camino recorrido por TVN, sin embargo, quisiéramos enfatizar algunos aspectos:



Pensamos, siguiendo la lógica de nuestra proposición general, que TVN debiera ser un canal estatal pero no gubernamental. En este sentido, tiene que existir una voluntad concreta por parte de los poderes políticos de asegurar e implementar tal separación. Con la experiencia actual, donde TVN tiene un carácter netamente gubernamental, sin autonomía ni pluralismo alguno, pareciera que existe un consenso en cuanto a que TVN asuma un carácter nacional, representante de los intereses generales del Estado y la Nación. Como tal, deberá darle preferencia y espacio tanto al gobierno como a la oposición; TVN, pues, debería ser el gran mediador entre las diversas fuerzas políticas de la sociedad civil.

Entendemos que cada gobierno necesite de medios de comunicación para impulsar sus proyectos. TVN en este sentido, debería brindar las facilidades al respecto. Sin embargo, tal gestión debiera realizarse por vías indirectas, como por ejemplo, a través del Consejo Nacional de TV y del Director General de la Corporación, nombrado por el Presidente y aprobado por el Parlamento.

Por otro lado, TVN, dado su carácter "nacional", y atendido el hecho de que cuenta con una red troncal a través del país, debiera ser el principal impulsador de la regionalización de la TV. Por consiguiente, la estructura de producción y programación debiera ampliarse hacia las regiones de mayor densidad de población, permitiendo que estas produzcan sus propios programas para su difusión local. Dependiendo de las características y calidad de los programas producidos y difundidos regionalmente, éstos también debieran ser transmitidos a nivel nacional.

Ello implica diseñar un sistema mixto entre programas y horarios difundidos nacionalmente y horarios y programas producidos-difundidos exclusivamente para las regiones. Ambos tipos de programación comparten, siguiendo un horario, la red troncal de TVN a lo largo del país. Se trata justamente que la población de cada región pueda comunicarse entre sí, y a su vez estar comunicada con el resto del país a través de una misma red de TV.

TVN, por su carácter, debiera privilegiar y estimular la producción de programas nacionales.

Los envasados importados no debieran sobrepasar el 30% de la programación. Tal índice debiera ser severamente fiscalizado por el Consejo Nacional de TV. De esta forma se estará contribuyendo a desarrollar la industria nacional y la cultura y los valores del país.

TVN debiera privilegiar la diversión y la información, entendiendo que tanto el cine, como las telenovelas, el teleteatro, la música de todo tipo, son también expresiones culturales y medios para informar y entretener. Por consiguiente, no se trata de mantener solamente noticieros, foros y paneles de orientación pública, o bien, expresiones de la cultura "seria". Mas bien se trata que la cultura, la información, la educación tengan un valor televisivo; lo cual implica, entre otras cosas, como ya veremos, que sean "entretenidos" y competitivos. De otra forma, se convertirá en un canal que nadie verá.

#### *E. La red universitaria*

**La Corporación de la Universidad de Chile:** Este canal debiera asumir plenamente sus características universitarias, cumpliendo funciones educativas y de servicio público. De otra parte, también debiera divulgar "alta cultura" y programas para minorías culturales.

Sin embargo, pensamos que una TV con caracter "educativo" no puede pretender reemplazar al sistema educacional; la educación formal le corresponde a las universidades, a los colegios, liceos y escuelas. Mas bien debiera tener un carácter de "servicio público", sin entender por esto un canal dedicado sólo a la divulgación de la "alta cultura" y a programas de corte exclusivamente informativo. Se trata que estos conceptos incluyan la diversidad cultural y tengan un valor televisivo.

En otras palabras, este canal debiera renunciar a la ambivalencia entre canal universitario y comercial y asumir un carácter netamente cultural-educativo. Tampoco debiera ser un Canal competitivo, y para ello debiera estar fuertemente subvencionado por fondos públicos.

Debiera estar estrechamente ligado a la dirección de la Universidad y al quehacer univer-



sitario (aunque dirigido por profesionales de TV). En otras palabras, los canales de las universidades debieran tener un carácter netamente universitario.

En relación a la **Corporación de TV de la Universidad Católica** (Canal 13), por las características que tiene, nos imaginamos que mantendrá su curso como TV "universitaria" en cuanto a su propiedad y "comercial" en cuanto a su programación; pensamos que se regirá de acuerdo a los estatutos universitarios y las demandas del mercado. Claro está que también deberá someterse a las normativas generales que imponga el control social sobre el sistema televisivo en su conjunto.

En cuanto al resto de las universidades, pensamos que por las características de la TV universitaria, por su carácter pluralista y autónoma, y dedicada al servicio de la educación y del desarrollo del individuo, debiera constituirse como red de TV fuerte y desarrollada a lo largo del país. En este sentido, requeriría contar con el respaldo y el estímulo del Estado en sus inicios.

En conclusión, nos proyectamos hacia un sistema televisivo donde cada red tenga su especificidad y sus objetivos propios a cumplir como medios de comunicación. Se trata de evitar la uniformidad y homogeneidad entre los canales; mas bien, es necesario crear alternativas dentro del sistema televisivo. De esta manera, pensamos, se asegura el pluralismo y la diversidad.

#### 4. Los modos de producción y difusión

Si el objetivo central del sistema televisivo es asegurar la independencia, el pluralismo, la descentralización y el derecho a escoger, en términos concretos esto implica desarrollar formas alternativas de producción y distribución. En el caso de la producción, existe por lo menos la posibilidad de implementar tres modos diferentes de producción.

##### A. La producción interna

Cada corporación de TV realiza sus producciones, por lo general, ocupando su propia

capacidad instalada: equipos, estudios, y personal. A este sistema sería conveniente agregarle algunas innovaciones como, por ejemplo, asegurar mayor autonomía interna de los productores-directores frente a la administración general de la corporación, de tal manera que el potencial creativo no sea neutralizado por la burocracia interna. En este sentido, es un buen ejemplo la exitosa experiencia de **Sábados Gigantes**, programa que goza de "relativa autonomía" dentro de Canal 13.

A su vez, para asegurar el pluralismo y la diversidad interna dentro de estas corporaciones, es conveniente la existencia de estos productores "independientes" **internos** en otras áreas, como en los departamentos de documentales y drama. Pensamos que es necesario impulsar la **competencia a nivel interno**, desde posiciones de relativa autonomía por parte de los productores frente a la administración general de las corporaciones. Tal forma de competencia, como se da en la BBC, ha sido un ingrediente fundamental para la superación y la expansión de las capacidades creativas e innovativas.

##### B. La producción independiente

Como ya hemos argumentado, este modo de producción es posiblemente el que mayor diversidad y calidad puede brindar al futuro sistema televisivo. Actualmente, sin embargo, se le tienen cerradas las puertas de la TV a dicho sector, a pesar de ser los productores de los múltiples spots publicitarios los que financian la TV actual.

También la producción independiente tiene su propia capacidad instalada: equipos, estudios, y personal; en muchos casos de mejor calidad que los de las corporaciones. Esta situación permite que los productores independientes estén capacitados para proveer con programas de calidad a las corporaciones de TV. Asegurar una cuota de programas producidos independientemente para la TV debería ser una política a adoptarse.

##### C. La coproducción

Es otra manera de producir que en el último decenio se ha desarrollado enormemente en EE.UU. y Europa. Se realiza dividiendo entre dos



o más empresas el alto costo de uno o varios programas. Además de salir más económico para cada empresa, se dividen los riesgos existentes. Así, cuando se trata de una **coproducción internacional**, se aseguran los mercados de varios países.

Este mismo sistema puede ser implementado entre productores a nivel **nacional**.

Cabe destacar que la mayor parte de las películas chilenas hechas en el extranjero (aproximadamente 200 que incluyen costosos largometrajes) han sido en su mayoría coproducidas entre varios países o empresas. Recogiendo esta experiencia (y los contactos) la TV chilena, en un futuro democrático, estará en excelente posición para entrar al mercado de las coproducciones internacionales, a las cuales hoy día no tiene acceso. Esto significará no sólo tener presencia internacional en la TV, sino que además ayudará a la industria televisiva nacional.

#### *D. La producción nacional*

Está destinado al fracaso todo intento de desarrollo televisivo en la medida que se mantenga el actual porcentaje (60%) de programas importados. Si uno de los principios fundamentales en la política comunicacional para la democracia es proporcionar canales de participación y expresión a todos los sectores de la población, la existencia de tan alta programación extranjera poco ayuda a tal fin. Aun más, impide que la TV sea una fuente dinámica a través de la cual el chileno se pueda comunicar entre sí, verse a sí mismo, conocerse, reflejarse en la pantalla; ingredientes fundamentales para el desarrollo de la identidad nacional y cultural.

De manera que consideramos fundamental desarrollar la producción nacional de programas, lo que implica restringir las importaciones de envasados. Tal política ha sido tradicionalmente implementada en Europa, permitiéndose por ley la importación de hasta un 18% de programas importados.

#### *E. La distribución de programas*

Con el carácter multinacional que asumió la TV, hoy en día se puede afirmar que es un mer-

cado abierto para cualquier producto que cumpla con los requisitos de calidad y profesionalismo. En la medida que un programa se ajuste al estándar internacional, a sus formatos y contenidos, literalmente están todas las condiciones dadas para ser exportado a otros países.

Actualmente la TV hispana de los Estados Unidos se ha transformado en un centro de importación de programas latinoamericanos. También se está dando un fuerte intercambio a nivel latinoamericano, especialmente con las tele-series. A su vez, la TV europea ha sido tradicionalmente importadora de programas culturales y artísticos creados por productores independientes de todas partes del mundo. Este ha sido el mercado principal para los productores chilenos en el exterior. De tal manera que desarrollándose una industria chilena de TV que sea innovativa y profesional, estaría en condiciones de exportar, con todos los beneficios que ello implica.

Todo indica que, con la revolución de las comunicaciones, la desmonopolización del aire y el aumento de la población televidente a nivel mundial, la demanda por mayor diversidad de programas está en crecimiento. Pensamos que si las conclusiones anteriores fuesen implementadas de tal suerte que tengamos una industria televisiva creativa y desarrollada, mañana cuando se abran las puertas internacionales que hoy están cerradas, Chile estará en condiciones de ocupar un lugar en el mercado internacional. No seremos sólo importadores sino que también exportadores.

## **NORMAS DEL SISTEMA TELEVISIVO SOBRE PROPIEDAD, FINANCIAMIENTO Y CONTROL SOCIAL**

### **1. Aspectos generales**

En los capítulos precedentes hemos tratado de definir los principios y objetivos básicos para una política democrática de comunicación televisiva. Hecho aquello, nos queda por plantear las normativas que debieran regirlo. Nos referimos a los problemas del **control social**, de la **propie-**



**dad y el financiamiento.** Teóricamente hablando, pensamos que existe una relación entre estos tres elementos y el sistema televisivo en su conjunto.

Creemos que las **normativas** que rigen el sistema televisivo en sus diversas instancias — gestión, propiedad, financiamiento, programación— es lo que define el **carácter** del sistema televisivo. Esto significa, en última instancia, que no es determinante en el sistema el **tipo** de financiamiento y propiedad que éste asume, sino más bien las **normativas** que impone el control social sobre la programación, el financiamiento y la propiedad de los canales de TV. A su vez, estimamos que las normativas son definidas de acuerdo a la política de **control social**, la cual debe obedecer a los grandes intereses de la Nación y de la sociedad civil.

Esto pareciera estar comprobado por la experiencia. Tenemos, por ejemplo en Chile, dos canales pertenecientes a las universidades que por principio y definición debieran en su programación guardar tal carácter, sin embargo en la práctica, tienen uno comercial (28). Por otro lado, el nuevo "Channel 4" en Gran Bretaña, que es de propiedad privada y manejado como empresa comercial, tiene una programación netamente de servicio público (29).

## 2. El problema de la propiedad

Habiendo definido los principios democráticos que sustentan nuestra política comunicacional y habiendo llegado a la conclusión que para servir, proteger y desarrollar tales principios, debiera existir un sistema **mixto de TV**, pensamos pues, que este sistema debiera estar fundado sobre un **sistema mixto de propiedad**.

Por consiguiente, el sistema mixto de TV estaría formado por tres polos: el primero, de propiedad pública que comprendería a la red troncal de Canal Nacional. El segundo, se refiere a la red troncal Universitaria, y el tercer polo, a la red troncal de la TV Independiente.

En otras palabras, nos oponemos a la privatización de la TV y a la estatización de la misma. Vale decir, no planteamos modificaciones en cuanto a las normativas del sistema de propie-

dad de los canales ya establecidos. Creemos que es necesario extender el derecho o acceso a hacer TV a sectores más amplios de la sociedad civil.

En cuanto a las normativas de propiedad para el Canal Independiente proponemos:

- Que el Estado otorgue una licencia a las empresas que deseen formar la red independiente. Esta licencia debiera ser por períodos limitados y renovables. La licencia debiera ser otorgada previa aceptación del Parlamento y revocada por éste, en caso de infracción a las prescripciones legales.
- Cualquier empresa o empresario que ya posea algún medio de comunicación o acciones en radio, diario, revistas, no tendrá derecho a ser accionista en las empresas que componen el Canal Independiente.
- El número de acciones que posea una empresa, empresario o individuo, no debe sobrepasar un tercio de las acciones totales.
- El número de licencias otorgables no debiera ser menos de dos ni más de cuatro. En otras palabras, el Canal Independiente debiera ser propiedad de dos a cuatro empresas.
- El Canal Independiente debe someterse a la supervisión del Consejo Nacional de TV.

Pensamos que con estas normativas generales, se garantiza que el Canal no caiga en manos de un grupo financiero determinado o bajo el control monopólico de una empresa. A su vez, se da la posibilidad que varias empresas y accionistas puedan participar en la gestión del canal. Y, lo que es más importante, le niega la posibilidad a los monopolios de la prensa a participar en esta empresa, contribuyendo así a la descentralización y desmonopolización de los medios de comunicación en Chile.

Por otro lado, a través del sistema de otorgamiento de licencia por parte del Parlamento, el canal estará sujeto a un control social directo, además de la supervisión por parte del Consejo Nacional de TV, al cual todo canal de comunicación televisiva debe someterse.



En resumen, un sistema mixto de propiedad no sólo está en plena concordancia con el sistema televisivo propuesto sino además está en concordancia con la economía mixta, que es el sistema económico propuesto en el Acuerdo Nacional.

### 3. El problema del financiamiento

#### A. Consideraciones generales

Tanto la experiencia como los estudios sobre la materia demuestran que el tipo de financiamiento influye en la programación. En términos generales, se sostiene que el financiamiento por publicidad estimula y desarrolla la programación de tipo "comercial" y de "entretención". A su vez, el financiamiento público, sea por vía de subvención estatal o cobro de impuestos, estimula la programación de tipo "servicio público". Ahora bien, es necesario tener presente, que en última instancia, son las normativas que se le imponen a las fuentes de financiamiento las que determinan el carácter que asume la programación.

Por lo tanto, de la misma manera que proponemos un sistema mixto de TV, pensamos que debe estar sustentado por una política de **financiamiento mixto**. Veamos que implica esta política.

Para empezar, no existe una sola fórmula. En términos generales, por definición, el financiamiento mixto comprende fondos públicos y fondos privados. Los fondos públicos pueden provenir de dos vías: la subvención estatal y el cobro de un impuesto o licencia al usuario o por televisor.

Los fondos privados pueden provenir también de dos vías: la venta de espacios publicitarios y el auspicio de programas (que no son la misma cosa). Por ejemplo, la TV independiente británica se financia a través de la venta de espacios publicitarios, pero está prohibido el auspicio de programas, ya que esta fórmula permite una incidencia directa por parte de la compañía auspiciadora en la programación y el contenido de éstos.

Otra consideración de tipo general es que estamos hablando de un sistema televisivo donde tenemos un determinado número de canales, cumpliendo diferentes y determinadas funciones,

con estructuras de producción y programación diferentes. De manera que no puede darse un sistema homogéneo de financiamiento. Así la política financiera tiene que definirse de acuerdo a las necesidades y objetivos de cada canal y no del sistema en su conjunto.

Sobre esta base, proponemos que sólo los canales del área pública —Canal Nacional y Universidad de Chile— reciban subvención pública. Ambas redes estarían sujetas a un financiamiento mixto, donde por lo menos un 40% de la programación sea financiada por fondos públicos. Por otro lado, un eventual Canal Independiente y Canal 13 debieran autofinanciarse. Las razones para que este último no reciba subvención pública se debe a que en última instancia la Universidad Católica es de carácter privado y Canal 13, en particular, ha probado ser una empresa autosuficiente.

#### B. El financiamiento público

Mientras dure la recesión económica, la subvención tendrá que ser limitada y parcial puesto que el Estado tiene otras urgencias y prioridades.

Así entonces proponemos dos fórmulas de financiamiento: la subvención estatal y el cobro de licencia por TV. Ambas deberían estar encaminadas a asegurar un 50% de programas de servicio público/cultural:

- A través de Chile Films/Consejo Nacional de Televisión se debiera financiar anualmente diez largometrajes para cine y TV, lo cual ayudaría a levantar una industria cinematográfica y televisiva;
- Comisionar por lo menos 25 documentales de largometraje de carácter educativo-cultural y de variedades;
- Comisionar por lo menos cuatro programas amplios de servicio público: con información, debate, campañas de bien social, reportajes periodísticos, paneles de orientación pública, etc.;
- Comisionar foros de información política y las campañas pre-electorales;
- Comisionar eventos artísticos para TV:



teleteatros, conciertos, exhibiciones, videos;

- Comisionar un permanente sistema de encuestas-investigación, de tal manera de conocer con exactitud las necesidades e intereses de los usuarios.

Pensamos que esta fórmula de subvención limitada y parcial es más viable y realista que la subvención total de la TV pública por parte del Estado. Además de implicar un costo realista, se asegura que haya una cuota de programas artístico-culturales-educativos que no dependen del mercado, (del rating) sino de las necesidades del país.

En relación a la segunda fórmula, pensamos que sería altamente adecuado la instauración del pago de licencia por TV, sistema empleado con bastante éxito en la mayoría de los países europeos occidentales. Minimiza la dependencia frente al Estado y frente a la publicidad, garantizándose mayor autonomía frente al poder político y comercial.

Sin embargo, esta proposición que ya fue rechazada durante el gobierno de Frei, presenta varios problemas: se sostiene que sería altamente impopular, habría altos índices de morosidad, que lo recaudado sería insignificante en relación al alto costo que implica el financiamiento de la TV y que saldría caro y difícil mantener el control y la aplicación del impuesto.

Si bien cada uno de estos puntos tienen alguna base de realidad, no es menos cierto que actualmente existen mecanismos eficientes y económicos para implementar el sistema. Cabe destacar que con sólo cobrar mil pesos anuales a los tres millones de televisores del país, se recaudarían aproximadamente tres mil millones de pesos, cifra suficiente para financiar parte del servicio público de TV.

En última instancia, si parte de este servicio es financiado con fondos públicos, le permitiría al usuario más derechos en la dirección y control del servicio; de la misma manera, obligaría a los productores-programadores a responder directamente a las demandas y necesidades de los usuarios. Se crea, pues, un área de propiedad y control social.

Es necesario recalcar que deben ser las autoridades de los canales y del Consejo Nacional de TV los responsables de administrar la subvención. En ningún caso debiera permitirse la intromisión del Estado o del gobierno de turno en el contenido de los programas subvencionados.

### C. *El financiamiento publicitario*

El financiamiento publicitario es y será un elemento determinante para el funcionamiento del sistema televisivo; sobre todo, en el caso de la red de Canal 13 y en la posible red Independiente. En el caso de las redes públicas, debiera financiarlas hasta en un 60%, manteniendo una mínima incidencia en la programación de estos canales.

Debe destacarse que la publicidad es tan importante para la TV como para la economía del país. Mientras parte del sistema económico se base en el mercado, el consumo es un elemento vital para éste, sin el cual un sector importante de la industria se paralizaría, con las correspondientes consecuencias. De manera que, guste o no, la publicidad es una necesidad. Rechazamos pues el argumento de prohibir la publicidad, por ser irreal y voluntarista.

Sin embargo, la publicidad debe ser regulada. En este sentido, la normativa debería ser la siguiente:

- No más de 8 minutos de espacio publicitario por hora. Vale decir, limitar la acumulación;
- No interrumpir los programas narrativos y no narrativos con más de tres "tandas" publicitarias;
- Los programas subvencionados no deben ser interrumpidos por publicidad;
- Aquellos films que no han sido diseñados para ser fragmentados con "tandas" -cine arte por ejemplo- deben ser respetados en su integridad;
- Los auspiciadores y publicistas de programas no pueden interferir en el contenido, en la forma y en la programación televisiva.



En cuanto a las normas cualitativas, es necesario revisar y especificar más el Código de Ética Publicitaria. En ningún caso éste debe limitar el desarrollo del lenguaje publicitario, su carácter creativo y comercial. En este sentido, estamos en desacuerdo con la eliminación de la publicidad mal llamada “subliminal” y “persuasiva”. Quizás éste es uno de los puntos más problemáticos por lo subjetivo. Cabe destacar que el lenguaje publicitario funciona preferentemente a través de dicho mensaje, ocupando diferentes tipos de referentes para crear el mundo publicitario (por ejemplo, la nieve para vender pasta de dientes o los pseudo valores de “prestigio” para vender autos). Prohibir este tipo de mensajes sencillamente implicaría prohibir la publicidad en su conjunto o limitarla al uso de cartones de avisos.

En otras palabras, hay que reconocer que la publicidad es eminentemente ideológica, y como tal, siempre presentará una “relación imaginaria” con la realidad. Si tal “relación imaginaria” se considera peligrosa para la sanidad mental y del espíritu, habría que eliminarla en su conjunto, pues tal es su naturaleza.

Ahora bien, indudablemente hay mensajes que atentan contra la moral y la decencia que deben ser prohibidos como también es legítimo establecer una nómina de productos que no debieran recibir publicidad, como aquellos que pueden inducir a vicios. También es legítimo controlar los concursos y premios con el fin de evitar “fraudes”. Por último, es legítimo también censurar todo mensaje donde las cualidades y características del producto o servicio sean eminentemente falsas, o el uso de autoridades para afirmar determinados mensajes. Es necesario estudiar caso por caso, hasta llegar a un Código de Ética Publicitaria.

#### **4. El control social**

Lo determinante en el sistema televisivo son las normativas que impone el control social sobre el sistema en su conjunto. Esa es una de las problemáticas fundamentales en la política comunicacional y se refiere tanto a los aspectos administrativos como de dirección y control del sistema televisivo por parte de la sociedad en su conjunto.

#### *A. Propositiones generales*

La mayor parte de los estudios coinciden en que la principal transformación sufrida por la TV se refiere a la carencia de un control social a partir de septiembre de 1973. En este sentido, es fundamental reconstituir la autonomía y las instancias a través de las cuales la sociedad civil en su conjunto, pueda tener ingerencia en la dirección y el control del sistema televisivo. Para ello proponemos:

#### *B. Reconstitución del Consejo Nacional de TV*

Las labores de “orientación general, supervigilancia y fiscalización de la TV chilena” (Ley 17.377) deben ser ejercidas por el Consejo Nacional de TV y no por la Secretaría General de Gobierno como de hecho ocurre actualmente. El Consejo debiera tener plena autonomía de tal Secretaría. A su vez, es necesario que el Consejo tenga poder para fijar políticas y velar por el cumplimiento de las diferentes normativas y disposiciones legales.

Coincidimos con otros estudios en cuanto a que dicho Consejo debe estar constituido por miembros que representen diferentes sectores del quehacer nacional y de la opinión pública, cuya labor es supervisar- censurar, así como orientar, las directivas de TV. Pensamos que la composición original del CNTV, con mayor representatividad, podría ser el modelo adecuado: 22 miembros repartidos de la siguiente forma:

Dos representantes del Gobierno; cuatro del Parlamento; uno de la Corte Suprema; uno por cada Red de TV (4 máximo); uno del Colegio de Psicólogos; uno del Colegio de Sociólogos; uno del Colegio de Profesores; uno de la Asociación de Padres y Apoderados; uno del Colegio de Periodistas; uno por las Federaciones de Estudiantes; uno por las Confederaciones de Trabajadores; uno de los Trabajadores de Cine y TV; uno de la Asociación de Artistas y Actores; uno de la Asociación de Productores de Cine y TV; y, uno de la Iglesia Católica. Todos ellos deben ser elegidos por mayoría.



Estos miembros podrían estar repartidos en 3 comisiones orientadoras y fiscalizadoras:

- Comisión de Programación y contenidos: Cultura, información, política y entretenimiento. Cada una de estas ramas debe ser atendida por tres a cuatro miembros;
- Comisión de Financiamiento y Publicidad. 5 miembros; y,
- Comisión de Tecnología y Telecomunicaciones. 4 miembros.

Cada comisión tiene que contar con un secretario ejecutivo elegido por mayoría.

La directiva del CNTV debería estar presidida por uno de sus miembros elegido por mayoría absoluta, más uno de los representantes del Gobierno y los tres secretarios de cada comisión.

Debiera ser la Directiva, siguiendo las recomendaciones de los miembros del CNTV, la que, en última instancia, resuelva. Pensamos que de tal manera el CNTV se convertiría en un organismo eficiente con capacidad de orientar y supervisar las normativas del sistema televisivo, las que en términos generales, pueden ser resumidas de la siguiente manera:

- asegurar la autonomía de los canales de TV frente al control político, y frente a los intereses monopólicos privados;
- asegurar el derecho a expresión y acceso a la TV de todo ciudadano, dentro de la legalidad;
- asegurar el pluralismo ideológico dentro de la programación televisiva;
- asegurar la existencia de un justo "balance" en opiniones y contenidos, como a su vez, de imparcialidad y objetividad informativa;
- asegurar la diversidad de programas y el derecho a escoger libremente;
- asegurar las diversas normativas en cuanto al financiamiento y la propiedad de los canales;
- asegurar las normativas que rigen la publicidad;

- asegurar la descentralización;
- asegurar la comunicación permanente entre productores y telespectadores a través de un activo "feedback";
- asegurar la existencia de la producción nacional e independiente;
- asegurar la reproducción de los valores y la identidad cultural del país;
- asegurar la calidad de los programas;
- asegurar la decencia y los códigos de ética y moral; y,
- asegurar el derecho a réplica.

En resumen, se trata de que los principios, objetivos y estructura que componen el sistema televisivo estén resguardados por el CNTV. En tanto el control social sea ejercido a través de este organismo público y representativo, éste debe tener un poder real de ejecución y supervisión, de tal manera que el CNTV pueda censurar aquellos canales o programas que violen las normativas vigentes.

### *C. Las Directivas de las Corporaciones de TV*

#### ***En cuanto a Canal Nacional:***

- La dirección y administración del Canal debiera ser compartida por un Director General, un Directorio, y un Consejo Superior.
- Si se acepta que Canal Nacional no debe ser un canal gubernamental sino estatal, su directiva y en especial su Director General, no debe tener filiación política concreta. Sin embargo, este puesto debiera ser nominado por el Presidente de la República con la aprobación de la mayoría absoluta del Parlamento.
- Pensamos que el Directorio de TV Nacional, encargado de la ejecución y administración de las políticas a seguir por el Canal, debiera estar constituido en su mayoría por profesionales y ejecutivos de TV pertenecientes a la Corporación misma, elegidos por su alta calificación, nomi-



nados por el Director General y aprobados por un Consejo Superior.

- Este Directorio debiera responder a un Consejo Superior, el cual tiene como función determinar y supervisar las políticas generales a seguir por la Corporación. La mediación entre estas dos instancias debiera estar a cargo del Director General.
- El Consejo Superior de TV Nacional debiera tener representatividad, y ser un órgano colegiado y elegido en su mayoría por el Consejo Nacional de TV en conjunto con el Parlamento.

### ***En cuanto a los Canales Universitarios:***

La situación de los canales universitarios es particular en tanto la realidad exige que una corporación de TV se constituya como empresa altamente eficiente para mantener una calidad televisiva; sin embargo, las universidades por definición no son empresas, ni les corresponde serlo, ni están preparadas para serlo. De allí que Canal 13, con el fin de ser una empresa eficiente, ha tenido que mantener una autonomía creciente frente a la Universidad.

Deducimos de esta experiencia la necesidad de que las corporaciones de TV universitarias, con el fin de cumplir eficientemente sus tareas como productores y programadores de TV, mantengan una relativa autonomía frente a la administración de las universidades. Ante todo, tienen que ser empresas de TV. Esto no quiere decir que como canales universitarios no estén orientados al quehacer educativo y trabajen en conjunto con la universidad en la producción de sus programas.

No hablamos de una autonomía total; más bien de una capacidad ejecutivo-administrativa eficiente, que responde ante el Director General de la Corporación, el que a su vez rinde cuentas ante el Consejo Superior de las Universidades, como lo disponía originalmente la ley.

En este sentido, revitalizar el Consejo Superior de las Universidades es una instancia necesaria en la democratización. Se parte de la base que el Consejo Superior de las Universidades debe ser un órgano altamente calificado y repre-

sentativo de las diferentes estamentos de la misma, entre cuyas funciones esté determinar las políticas generales de la TV y supervisar su cumplimiento. Por consiguiente, los estudiantes, trabajadores y profesores, deberían estar representados a nivel del Consejo Superior y no directamente en el Directorio del Canal.

Pensamos que dicho Directorio no puede tener un carácter de asamblea. Tiene que estar constituido por ejecutivos y profesionales altamente calificados y estrictamente relacionados con la industria televisiva. En este sentido, coincidimos con el diagnóstico de Valerio Fuenzalida sobre el Directorio de Canal 13, el que por haber sido de gran tamaño (21 miembros), es decir, muy representativo pero sin poderes resolutivos, se transformó en ineficiente y de carácter meramente formal (30).

A partir de estas experiencias proponemos:

- El Director de las corporaciones universitarias de TV debiera ser designado por la Rectoría de la Universidad y aprobado por el Parlamento.
- El Directorio, presidido por el Director de la Corporación, debiera ser el encargado de ejecutar las políticas generales que fije el Consejo Superior de la Universidad. El Consejo debe estar representado en el Directorio.
- El Directorio debiera responder frente al Consejo Superior de la Universidad.
- Como regla general, los consejos superiores (incluyendo el de TVN) deberían ser renovables cada cuatro años y elegidos por mayoría; de esta manera, se asegurará que haya representatividad y participación social permanente en el control y dirección del sistema televisivo, elementos fundamentales para el futuro democrático.

### **5. Conclusión general: un nuevo orden comunicacional y cultural**

Como conclusión general, pensamos que se hace necesaria la creación de un **Ministerio de Comunicación y Cultura**. En nuestro país no existe una Secretaría de Estado dedicada exclu-



sivamente a materias culturales, de recreación, de información y comunicación.

Se hace patente esta necesidad dado el alto grado de desarrollo y complejidad que ha adquirido la comunicación en el mundo actual; desarrollo que plantea para el futuro desafíos aún mayores. Estamos viviendo una revolución progresiva en la cultura, en la informática y en las comunicaciones en general. Para enfrentar este desafío creciente, es necesario tener políticas adecuadas de desarrollo y regulación. De otra manera, entraremos a la época "post-industrial" en pleno desorden y confusión.

No sólo se hace necesaria la regulación de los múltiples y diferentes canales de comunicación existentes: telefonía, radio, TV, satélite, cables, microondas, fibra óptica, video, banco de datos, redes de computación, que actualmente están en manos de diferentes carteras que se contradicen entre sí. También la expansión de estos medios de comunicación ha traído consigo efectos culturales jamás previstos, sobre todo en el campo de la cultura y la información transnacional.

El Estado debe tener una participación activa y eficiente en el desarrollo y regulación de este

nuevo mundo y sus enormes desafíos. Tiene que impulsar políticas de desarrollo tanto en el campo de la cultura como de la recreación, en la información y en las comunicaciones; aspectos que en el mundo moderno han pasado a ser vitales para el desarrollo económico, y para la estabilidad social y política.

La creación de un Ministerio de Comunicación y Cultura es necesaria como una manera de ampliar la regulación social del sistema comunicacional y para afrontar con mayor eficiencia los desafíos y complejidades en estas materias. Este Ministerio debería jugar un rol fundamental en el desarrollo de la industria televisiva y del sistema comunicacional para la democracia.

En resumen, pensamos que difícilmente se podrá mantener y desarrollar la democracia y un consenso social en torno a ella, sin ampliar la comunicación en el país: entre sus instituciones, entre los ciudadanos y entre el pueblo en general. De la misma manera, no podrá haber una real democracia sin una cultura y un espíritu democráticos, que sean compartidos y desarrollados por todo el pueblo a través de los medios de comunicación.

## NOTAS

- (1) Hurtado, María de la Luz. "Trasformaciones estatales y modelos de television en Chile". CENECA 1984.
- (2) Fuenzalida, Valerio. "Democratización de la T.V. Chilena", pag 14. Corporación de Promocion Universitaria, 1984.
- (3) Fuenzalida, Valerio. "Trasformaciones en la Estructura de la T. V. Chilena." pag. 14. CENECA, 1983.
- (4) Fuenzalida, Valerio. *ibid* , pág. 13
- (5) Decreto Ley 113, 29 octubre 1973. Publicado en el Diario Oficial del 8 del noviembre de 1973. Citado por V. Fuenzalida. *Ibid*, pág. 12.
- (6) Decreto Ley 386, 25 de marzo de 1974. Publicado en el Diario Oficial del 10 de abril 1974. Citado por V. Fuenzalida. *Ibid*, pág. 13.
- (7) Fuenzalida, Valerio. *ibid*, pág. 24 a 27.
- (8) Información extraída de V. Fuenzalida. *Ibid*, pág. 25.
- (9) Katz, E. "An International Survey of the Future of Broadcasting". Routledge & Kegan Paul, London, 1977.
- (10) Véase estudio UNESCO: "Trois semaines de television". París, 1981.
- (11) Ithiel de Sola Pool: "The gobernance of Mass Communication", pág. 126-137. RKP. Londres, 1977.



- (12) J. Curran y J. Seaton. "Power Without Responsibility". Parte 2 Londres, 1985.
- (13) "Power Without Responsibility". Ibid.
- (14) Ibid, pág. 136.
- (15) Ibid, pág. 247.
- (16) Ibid, pág. 247.
- (17) Fuenzalida, Valerio. "Democratización de la TV Chilena." CPU. pág.31. Fuente de la cita: "Geminis Geografía Económica de Chile. 1982, pág.1062".
- (18) Las conclusiones expuestas derivan de los siguientes trabajos que se proyectan hacia el futuro de la sociedad actual y sus "broadcastings":
- J. Tunstall; "The Media are American", Constable, Londres 1977.
  - Alvin Toffler; "La Tercera Ola", Barcelona 1980.
  - A. Smith. "Goodbye Guttenberg," London Oxford University Press, Londres,1980.
  - "La TV entre Servicio Público y Negocio", Editado por G. Richeri, Barcelona, 1983.
- (19) En cuanto a la dominación de los conglomerados multinacionales vease: -J. Tunstall; "The Media are American", Constable, Londres,1977.
- K. Robins & F. Webster. "Mass Communications and Information Technology" Merlin, Londres, 1979.
  - H.I. Schiller. Who Knows: Information in the Age of the Fortunes 500", Norwood, Ablex, 1981.
- (20) Véase "Channnel Four" de Stepehen Lambert. BFI. 1982. y "Structures of TV". "Nicholas Garnham. BFI, 1978.
- (21) Edwin Harrington, Pedro Castillo, "TV. 12 Años de Sumisión", en: Revista Análisis 115, 1985. Las fuentes de las citas son de UNESCO.
- (21) Véase V. Fuenzalida. "Democratización de la TV Chilena". Ibid, pág 54.
- (22) Véase "Power without Responsibility", parte III. Ibid.
- (23) Véase los estudios realizados por Valerio Fuenzalida y María de la Luz Hurtado, CENECA, ya citados.
- (24) Se puede citar como ejemplos el Canal 13 de Nueva York, 13 de Chicago, y programas culturales por cables.
- (25) Nos referimos a las conclusiones sacadas por el "Annan Report" hechas para el Gobierno y Parlamento Ingles en relación a la situación y futuro de la TV Británica: "Report of the Committee of the Future of Broadacasting." 1977.
- (26) Hurtado, María de la Luz. "Trasformaciones Estatales y Modelos de TV en Chile, Pág. 25, Ceneca 1984.
- (27) Conclusiones a que llegan los diversos estudios de CENECA, ILET, CPU y otros investigadores.
- (28) Esta definición está explícita en la política fijada por el IBA a la dirección de Channel Four. Apéndice 2 en "Channel Four, TV with a diference? Stephen Lambert. BFI, 1984.
- (29) Véase Fuenzalida, Valerio. "Democratización de la TV chilena". CPU, pág. 21. 1984.

## O T R A S F U E N T E S

- Diego Portales. "La Industria de la Comunicación Chilena en la Democracia y el Autoritarismo"; ILET. México 1981
- "Comunicación: Dominación o Democracia ?"; ILET. Santiago
- "Sistemas de Comunicación en Chile"; CENECA, Santiago 1985
- "La televisión entre servicio público y negocio"; Editor G. Richeri, Barcelona 1983
- "Communications Policy for National Development." ibid.



- P. Whitehead, "TV Long March to Pluralism. Royal TV Society . Vol 17, 1978.
- Giselle Munizaga: "Marco Jurídico Legal del Medio Televisivo en Chile". CENECA, Santiago 1981.
- "Report of the Committee on the future of Broadcasting". (Annan Committee). HMSO Cmnd. 1753. Londres, 1977.
- Caroline Heller, "Broadcasting and Accountability", BFI. Londres, 1980.
- John Caughie, " TV: Ideology and Exchange". BFI. Londres, 1980.
- Sir. F. Ogilvie, "Future of the BBC: Monopoly and its Dangers". "The Times." 26 Junio 1984, Londres.
- R. Williams.; "TV: Technology and Cultural Form"; Fontana Londres, 1974.
- Hernán Montenegro.; "TV: Comunicación o Contaminación?", Galdoc, Santiago, 1980.
- "Políticas Generales de la Corporación de TV de la Universidad Católica de Chile", Secretaría del Consejo Superior, Santiago.
- "La TV en Chile; Influencias, Orientación, Perspectivas". CPU, Santiago 1984.



## COMENTARIOS A LA EXPOSICION

JORGE NAVARRETE (\*)

Quisiera destacar dos méritos del trabajo de Juan Carlos Altamirano. El primero, su carácter ambicioso, en el sentido de cubrir y tocar la casi totalidad de los problemas que habrá que tomar en cuenta para el desarrollo de una política de televisión en un Chile democrático. Como es natural, en este tipo de trabajo no todos los puntos están desarrollados con la misma extensión y profundidad, pero creo que hay aquí un esfuerzo de globalización, de tratar de mirar el conjunto de los problemas.

El segundo mérito que quiero destacar es su disposición por tomar posición, porque en el nivel de los diagnósticos, de la problemática, hay facilidades para ponerse de acuerdo pero, como decía un Ex-Senador, en la parte de la "solucionática" se tiende a ser menos preciso y a dar siempre opiniones más generales. Su trabajo es una base de discusión adecuada, y estimula a proponer opiniones propias.

Lo que yo puedo aportar con mi comentario es un punto de vista que se sitúa entre los profesionales de la televisión y los políticos contingentes.

Vale decir, entre dos mundos que están íntimamente comprometidos frente al problema de la televisión y que, según mi experiencia, tienden a reflejar con mucha frecuencia posiciones principistas, voluntaristas o irreales sobre cómo debería ser esa relación.

Voy a concentrar mis comentarios en dos

grandes temas. Uno, lo que yo llamaría la macroestructura del sistema de televisión, vale decir, el problema de cuántos canales y de quiénes, cómo se financian, cómo se controlan, quién es el dueño de ellos, etc. Lo segundo, es la relación entre el mundo político-normativo y el televisivo-profesional.

Una de las cosas que, a mi juicio, dificulta negativamente la discusión y la obtención de acuerdos sobre problemas de propiedad, control social y gestión, es que se tiende a tomar el sistema televisivo como un todo y se da como un hecho que el sistema predominante en el país — en el cual la producción, la decisión de qué va al aire y qué no, y el problema de transmitir la señal a una determinada distancia, son realizadas por una misma organización— es el correcto. Por lo tanto, siempre nuestra discusión se verá complicada por una serie de hechos que se generan a partir de tal situación y, como esto no es así en otros países con televisión de buen nivel, yo quiero distinguir tres fases del proceso de la industria televisiva que, a mi juicio, son distintos.

Un problema es quién produce programas de televisión, y frente a él tiendo a estar bastante de acuerdo con las proposiciones centrales de la exposición. Si bien algunas las estimo algo utópicas e irreales, estoy a favor de diversificar y ampliar al máximo la cantidad de organizaciones o personas que tengan capacidad de producir programas de televisión.

---

(\*) Economista, Gerente General de Televisión Nacional de Chile (1968-1970).



Un segundo problema es quién decide cuánto, qué y cuándo se transmite.

Y el tercer problema es el que se refiere a la transmisión de la señal de televisión desde un determinado punto a una cobertura regional o nacional.

Para mí lo sustancial es lo referente a las personas o entes que deciden cuánto se transmite, qué se transmite y a qué hora se transmite todos los días la televisión en Chile.

El primer gran problema es el referente al número de canales o redes, porque todo el resto pierde relevancia si frente a eso no nos hemos pronunciado. Hay muchos argumentos a favor de la multiplicidad de canales o red de televisión. (Voy a usar canales y redes como sinónimos, entendiendo que redes es un conjunto de canales que transmite el mismo programa, a la misma hora, simultáneamente en distintas partes). En general, esos argumentos los comparto a nivel teórico, vale decir, a mayor número de programas debiera haber más chance de pluralismo, mayor posibilidad de descentralización, mayor opción de regionalización, quizás una menor burocratización y se satisfaría una cantidad de demandas de gente que quiere tener canales de televisión. Pero esta tendencia general —que insisto yo comparto— tiene limitaciones. La primera es que no hay una relación directa entre estas ventajas y el número de canales. Así tenemos ejemplos concretos de países con muchos canales, pero que son poco pluralistas, o muy burocráticos, o que igual producen casi todos los programas en la capital del país. ¿Hay limitaciones objetivas o no en la cantidad de canales que pueden haber? Yo creo que sí y las hay de las siguientes características: hay limitaciones técnicas, porque desde luego, no se pueden usar más de 12 canales simultáneamente en la misma zona, ni en zonas adyacentes, en razón del traslado de las radiaciones de los distintos transmisores. Por lo tanto, en la práctica la banda VHF, que es la que usamos nosotros, normalmente no admite más de 4 o 5 alternativas con buena calidad de transmisión. Segundo, en un país con las características geográficas de Chile, que tiene 4.200 Km. de largo, que está lleno de montañas altas, nos encontramos con deficiencias en la transmisión de señales de televisión, si es que

ellas se irradian con el método del repetidor. Me explico: los repetidores, básicamente, son una especie de televisor amplificado que capta la emisión, la potencia y la vuelve a emitir. Pero en cada uno de esos pasos se pierde un porcentaje de calidad o de definición de la imagen. Para transmitir un programa a distancia y con nitidez de imagen, se necesita codificar la señal para que no se produzca pérdida de calidad, que ella sea transmitida por microondas y, naturalmente, ahí los elementos de costo ya son significativamente mayores. De otra parte, hay razones de orden económico pues, en última instancia, una buena parte de la televisión chilena, hoy día, se financia con fondos públicos. El costo de los equipos, el costo de las plantas transmisoras, las torres, etc., no son pagados por los canales sino por el Estado y, en realidad, autofinanciamiento significa no sólo pagar los sueldos sino también pagar el capital necesario para tener un canal.

En relación con el financiamiento público debo decir que, considerando importante el tema de la televisión, nadie podría justificar ante el país que ésta sea la prioridad más alta, pues cuando Chile retorne a la democracia, sabemos cuales serán las prioridades. Un tercer asunto se relaciona con los limitados recursos humanos en Chile para hacer programas simultáneos de televisión a un nivel de calidad aceptable. Ello puede ser discutible, pero estimo que así es.

La primera conclusión importante es que en Chile, si no hay pluralismo dentro de los medios no lo hay en el sistema, y ello porque o se produce al interior de cada canal, o no se produce, porque nunca el número de alternativas será suficiente, como lo es en la radio, para garantizar el pluralismo a través de muchas alternativas distintas.

Desgraciadamente, como uno no puede hablar en abstracto, debo decir que si yo tuviera que empezar con la TV de cero, realmente creo que no repetiría muchas de las cosas que he visto hasta ahora. Como lo planteado es sólo una utopía, creo que, necesariamente, va a tener que haber televisión universitaria en Chile, no tanto por sus méritos sino que por la legitimidad social que tiene.

También Televisión Nacional seguirá existiendo, porque venga el gobierno que venga,



se haya dicho lo que se haya dicho en seminarios u otros eventos, nadie se atreverá a terminar con tal red. Además, porque en su concepción original, la política que le fue fijada creo que sigue siendo la mejor solución teórica para el sistema de televisión en Chile.

Si hoy existen tres canales en Santiago, revisemos los méritos de la alternativa independiente que propone Juan Carlos Altamirano. No me opongo a ella, pero quiero hacerle algunas preguntas:

El afirma que debe ser independiente, ¿Independiente de quién? ¿No creen ustedes que existe con esto el riesgo de estar abriendo la caja de pandora de la televisión comercial privada? ¿Quién recibe, revoca o renueva licencia en este país? Es una idea interesante, pero yo no la suscribiría sin un análisis previo muy profundo.

Respecto de la propiedad de los medios. Si distinguimos esa fase que señalaba —entre producción, autoridad de emisión y transmisión— la verdad es que el único problema significativo es quién tiene autoridad para decidir la programación del canal y eso, estrictamente hablando, no es un derecho de propiedad, sino un derecho de gestión social. Sáquele a los canales todo lo que tiene que ver con la producción de programas y con la transmisión de la señal y lo que va quedando son los ejecutivos y los comités que toman las decisiones de programación. En realidad, lo importante, el problema central y sustantivo, es quién tiene —por consenso nacional y fuerza legal— la autoridad para programar.

Respecto del financiamiento. Me parece

excelente el marco de análisis de este tópico en el trabajo de Juan Carlos Altamirano. Dos tipos de financiamiento : fondos públicos y fondos privados. En fondos públicos, fondos generales de la nación, que en nuestro lenguaje no es otra cosa que la Ley de Presupuestos que se aprueba todos los años; en segundo lugar, los fondos estatales predeterminados, consistentes en impuestos especiales o porcentajes de impuestos especiales. En tercer lugar, la licencia de los usuarios. Se dice que el sistema es impopular, pero creo que es bueno que haya un sistema de licencia por usuario y estimo que los políticos, académicos y profesionales de televisión que así lo crean, deberían usar la fuerza de sus convicciones y jugárselas frente a los usuarios. Hay que explicar que la televisión hoy no es gratis. La pagan, y más caro, de una manera indirecta. El aporte estatal directo —la subvención— la encontramos en el servicio que presta Entel, como ente transmisor de señales, que pone a disposición del país la capacidad instalada para que todos tengamos la posibilidad, a lo menos, de dos alternativas de programas radiados centralmente. Ese es el único fin legítimo —en mi opinión— de gastar fondos públicos en la primera etapa de la reconstrucción democrática. Otorgar o hacer extensivo el "sagrado" derecho a contar, a lo menos, con dos alternativas al resto de los chilenos, como hemos gozado los santiaguinos.

Me opongo a que se suprima de la televisión chilena la publicidad comercial. Primero, porque si está limitada cuantitativa y cualitativamente no perjudica, por el contrario, la mejora; y en segundo lugar, porque yo creo en la economía mixta en la que el mercado tiene una parte relevante.



Voy a comenzar mi exposición hablando del sujeto receptor. Me parece que existe el peligro en estas reuniones de hacer apriori una suerte de esquema de lo que es mejor para alguien que a mi gusto ya no existe: el chileno democrático en la realidad y como espectador de televisión. La primera pregunta que nos deberíamos hacer es cuántos fascistas se nos han metido dentro en estos 12 años de dictadura. Estimo que por ello tenemos que pensar qué vamos a hacer. Y como estoy cierto que la televisión no será el tema prioritario del próximo gobierno democrático, tenemos que ser lúcidos en este aspecto y no intentar o pretender repensar nuestra televisión.

Voy a mencionar algo que dijo Eleodoro Rodríguez (Gerente General de Canal 13) hace tiempo atrás en "El Mercurio", para justificar el porqué las productoras independientes no podían entrar a su canal. Se escudó con un argumento que a mí me parece sumamente peligroso, y es que Canal 13 tiene 800 personas, entonces, sus costos no son para Chile. Es imposible pensar en un pseudo-autofinanciamiento en base a mantener 800 personas, que pesan directamente o indirectamente en cualquier producción que haga el Canal.

Yo quisiera instar a los políticos a que piensen cómo van a implementar sus planes para la T.V., porque no es tan fácil. Y ello porque el sujeto receptor ha internalizado cosas que nosotros no conocemos hasta que no nos acercamos, como

es el caso de una encuesta de televisión que me tocó hacer a nivel popular, con la que me dí cuenta cuán equivocado estaba con lo que pasaba en dicho estrato con la televisión. Cuanto más bajamos de status social, más felices con la televisión actual. Cuanto más bajamos de status social, más se fascinan con las boutiques. Esto nos demuestra que se nos han metido conductas que no pasan necesariamente por nuestra inteligencia, pero que al repetirse en el tiempo gestan una suerte de cultura que si queremos rehacerla, deberemos dar una batalla campal, de la cual nadie se va a salvar. Como decía antes, yo no puedo eliminar a la persona que no comparte mis gustos, pero sí estoy cierto que ciertas cosas entregan valores más esenciales que otras. Por ejemplo, hace un tiempo preguntaba en La Victoria qué pasa cuando ven apetecibles carnes, etc. Creí que me iban a decir que estaban desesperados, pero en cambio me dijeron textualmente: "nos morimos de la risa, porque sabemos que esas cosas no las vamos a tener y por lo menos es lindo miraras"... Muchas veces uno como político piensa que esta gente está desesperada y que va a luchar y eso no es verdad.

Ahora, qué sucede con los programas envasados nacionales. Mi respuesta es que existe alienación, ya está internalizada, entonces, mi proyecto político, mi proyecto cultural tengo que hacerlo sustentado en cómo son hoy los chilenos y no como éramos en 1973. Yo tengo la teoría de

(\*) Artista plástico, Escenógrafo, Director Teatral y de Televisión, Director de Canal 13 de Televisión (1969-1971). Actualmente es miembro del Comité Creativo del Teatro ICTUS, y Director de ICTUS TELEVISION.



que a todos, quién más, quién menos, se nos ha metido el fascismo dentro. Creo que en el fondo, todos esperábamos que el boom resultara por lo menos para nuestro bolsillo; nunca se viajó tanto; nunca se tuvo acceso a tantas cosas. Ahora la situación ha cambiado, y si bien el fracaso económico puede significar el derrumbe de este sistema, también debemos tener conciencia que él lo heredaremos todos, lo que sin duda entorpecerá nuestros planes con respecto a la nueva televisión.

¿Qué creo que deberíamos hacer? No me refiero a cuál es mi ideal. Creo en una concesión o licencia respecto al uso del canal de emisión, porque hay particulares y entidades sociales que están en condiciones de producir programas para ser transmitidos por esos canales. Debemos tratar de ser imaginativos y asumir riesgos, que no son cualquier cosa, sino que asumir los imponderables que va a significar reconstruir —yo diría de

cero— la memoria común de este pueblo. La televisión no tiene que reconstruir esquemas “democráticos” que sirvieron hace trece años, sino que reconstituir pedazo a pedazo, creo que en forma incluso dolorosa, la memoria de este pueblo, para que los jóvenes de hoy puedan realmente sentirse partícipes de algo que no empezó el año 1973.

Es evidente que esto parece fuera del tema, pero tal problema va a estar en el corazón de cualquier temática para rehacer el país, en lo político, en lo social, en las organizaciones populares, en todo orden de cosas. En este momento importan la imaginación y la osadía para poder repensar todo lo que hemos hecho, y es por eso que “hoy” tenemos que repensar nuestro sistema televisivo con gran imaginación, para así poder implementarlo e impulsarlo hacia adelante, hacia el futuro.



Me gustaría relatarles cómo se hace la televisión hoy día, cómo es el ritmo de los canales, cómo se funciona, cuáles son las presiones para realizar y producir programas y cuáles son los contenidos que se manejan.

Cómo vemos la televisión hoy día. Hay un grupo teórico que la ve de una manera terrible, que la televisión hace daño, que está mal... etc. Otros ven la televisión como un excelente negocio. Y otros que la ven como pan y circo. Ahora, cómo la vemos nosotros, los productores, los camarógrafos, los directores.

La televisión es una industria de gran nivel. Creo que de las industrias chilenas, la televisión en lo operativo es una de las pocas que no está en un abismo terrible con el nivel óptimo internacional. Voy a hablar de Canal 13. Tenemos los mejores equipos que existen en el mundo, tenemos mesas computarizadas de televisión, que las usemos o no, es asunto aparte. Tenemos un estudio de sonido extraordinario, tenemos equipos de edición de una pulgada, etc. En lo técnico, si hacemos mala televisión es porque somos malos, no es porque no tengamos equipos. En definitiva, estamos al día, y para nosotros —los que trabajamos en televisión— es bueno tener acceso a los equipos más sofisticados desde el punto de vista tecnológico.

Si bien tecnológicamente estamos al día, ¿en qué fallamos? En una serie de gente que estimo que debiera estar en la televisión y no lo está. Yo me considero un técnico, no un director. Consi-

dero que los que hacemos los programas, en todo orden de cosas, somos en definitiva técnicos, porque no llegamos a manejar absolutamente los contenidos, tenemos poder de decisión en si voy a usar la cámara 1 o la cámara 2... o si voy a mezclar el sonido de esta u otra manera, pero no hemos llegado a manejar los contenidos. No sé si nos corresponde o no manejarlos a nosotros. Es paradójal que un canal, con la envergadura que tiene el nuestro, con todos los adelantos que he mencionado y muchos otros, no haya contratado un libretista. En Canal 13 no hay ningún libretista, no hay gente experta en marketing, recién ahora se está trabajando más a largo plazo con encuestas más específicas... Creo que estamos en un nivel como industria bastante bueno, incluso internacionalmente, pero estimo que en el manejo de los contenidos, de construir programas —salvo excepciones— de crear cosas, estamos limitados.

Nosotros transmitimos 18 horas diarias, de las cuales más de la mitad es televisión comprada en el extranjero, conocida como de "Hollywood", porque la mayoría proviene del mercado americano. No sé si la propuesta debiera ser crear más canales de televisión. Es válida, pero a mí me parece riesgosa, y en este tema no me siento preparado como para hacer un análisis profundo. Ahora, me gustaría referirme al asunto referente al 60% de programación que compramos en el extranjero, y a la pregunta de por qué no comprarla en Chile. ¿A quién? Los canales de televisión, a pesar de todos los estudios y avances que tienen, no son capaces de producir un minuto más. El

(\*) Director de Programas de Canal 13 de Televisión.



Canal 13 tiene sus estudios copados las 24 horas del día, quizás podría producir un poco más, pero no sería importante en esa cantidad de programación nacional. Creo que las empresas de televisión, como TV 13, como Televisión Nacional, como Canal 11, llegan a un punto en que sólo son capaces de producir los programas de franja, o sea, teleseries, Sábados Gigantes, noticiarios... etc., programas que hacerlos en forma independiente serían muy costosos y seguramente poco comerciales.

Como conozco a los productores privados, conozco la tecnología que tienen, creo que ahí se podría entrar a legislar. En Alemania lo han hecho,

obligando a los canales a comprar un porcentaje importantísimo de su programación, —creo que el 40%— a los productores independientes. En Chile, por qué en vez de comprar "Kojak" o "Los Magníficos" no compramos a la productora "X". Sospecho que los productores argumentarían para no hacerlo, pero tal asunto debe ser abordado porque se transforma en un problema de identidad nacional.

En definitiva, creemos que los productores independientes tienen mucho que decir en Chile y que la televisión por medio de la respectiva legislación tendría que abrirle sus puertas a gente que no está dentro de los canales.



### **III. ORIENTACION SOCIAL Y PARTICIPACION EN LA TV CHILENA**

**Valerio Fuenzalida F. (\*)**

---

(\*) Investigador de comunicación social, especializado en televisión.



## INDICE

	<b>Página</b>
1. <b>La participación en la ley de 1970</b>	86
2. <b>Definición y evaluación</b>	86
3. <b>Los cambios introducidos por el gobierno militar</b>	87
4. <b>Participación en una futura democracia</b>	87
a) La clase política	87
b) Los educadores, sicólogos y otros profesionales	87
c) Sectores vinculados a la práctica artística y a la industria cultural	88
5. <b>Recapitulación</b>	88
<b>NOTAS</b>	89
<b>COMENTARIOS A LA EXPOSICION</b>	
1. <b>Alicia Sanhueza</b>	91
2. <b>José Antonio Viera-Gallo</b>	93
3. <b>Hernán Errázuriz</b>	95
4. <b>Eduardo Palma</b>	98
<b>Réplica a los comentarios</b>	101



No voy a comenzar con una definición abstracta de lo que entendemos por participación social, porque la participación no es problema sólo definible con categorías teóricas, sino que envuelve valores ideológico-políticos. Su definición, por tanto, está circunscrita por la historia e inmersa en los valores y en las condiciones predominantes en una época.

En cambio, una *presentación histórica* del tema de la participación en la TV chilena —que incluya el pasado, el presente, y el futuro— se puede hacer a través de tres preguntas:

- ¿Conviene que exista la participación?;
- ¿En qué nivel de la TV ocurre esta participación?; y,
- ¿Quién participa?.

## 1. La Participación en la Ley de 1970

Hay estudios que han realizado un examen minucioso de la Ley 17.377 de 1970<sup>1</sup>. De ellos se desprende que tal Ley aprobó y determinó formas de participación. El *nivel* de participación es doble: en algunos casos es un nivel de *dirección*; en otros de *asesoría*. En TV Nacional de Chile y en la Corporación de TV de la Universidad de Chile existió una dirección colegiada, de 8 miembros en la Universidad y de 7 miembros en TV Nacional. El Consejo Nacional de TV y el Directorio de la Corporación de TV de la Universidad Católica (18 y 21 miembros respectivamente) representan casos en los que la participación ocurre más bien en un nivel de asesoría y recomendaciones de orientación. Ante la pregunta *quiénes* participan, la respuesta también es doble. En el Directorio de TV Nacional y en el Consejo Nacional de TV fundamentalmente participan los representantes de los cuerpos políticos: Ejecutivo, Parlamento, Poder Judicial (10 de los 18 representantes tienen esta calidad en el CNTV y 6 de los 7 en TV Nacional de Chile); en estos 2 casos la única excepción es la representación de los trabajadores de las estaciones de TV (y en el CNTV los representantes de las estaciones universitarias). En el caso de las Corporaciones universitarias de TV, indudablemente la representación incluye otros aspectos: carácter

de académico, representantes de trabajadores, alumnos o sedes de provincia.

## 2. Definición y evaluación

La Ley de 1970 parece concebir entonces, la participación como la orientación o dirección colegiada de la TV, en la cual la *representación política* aseguraría el *pluralismo* en una sociedad heterogénea.

Los tres rasgos característicos de la participación en esa época parecen estar constituidos por:

- el carácter *colegiado* o pluripersonal;
- el carácter de *representación* (política fundamentalmente); y,
- el intento de hacer presente el *pluralismo*.<sup>2</sup>

Hay estudios que se han propuesto evaluar el desempeño y la eficiencia de los mecanismos de participación social establecidos en la Ley de 1970. De ellos parecen desprenderse algunas conclusiones:

- Los consejos de *dirección* fueron más pequeños, más eficientes y ejecutivos.
- Los consejos de *orientación* fueron numerosos y poco efectivos.
- Estos últimos tendieron a ser más bien lugares de debate político y, correlativamente.
- Se constató un progresivo desinterés en la TV como tal, además.
- La agudización del enfrentamiento político y la concepción del "político" como el representante más idóneo de la sociedad, excluyeron la participación de otros actores y movimientos sociales.
- La participación representativa en las Universidades no logró imaginar una *vinculación cultural* entre la TV y las Universidades; y, los consejos de orientación a menudo actuaron más censuradora y negativamente que aportando metas positivas.



### 3. Los cambios introducidos por el Gobierno Militar

Los estudios acerca de las transformaciones introducidas por el Gobierno Militar señalan varias líneas centrales de cambios (1y2).

- Los consejos *colegiados*, directivos o asesores, se han disuelto y se han cambiado por una *dirección unipersonal* (CNTV es la única excepción), pero;
- Los *representantes* del Parlamento, de las Universidades y de los trabajadores se han eliminado y las autoridades *representan* directa o indirectamente al *Gobierno*;
- De una TV con participación universitaria y nacional se ha pasado a una TV *orientada por el Gobierno*; y,
- El *Pluralismo* político e ideológico no es considerado como deseable en la TV y se busca por el contrario la *persuasión* ideológica (informativos- spots de propaganda).

### 4. Participación en una futura democracia

Antes de seguir debatiendo quiénes y en qué nivel de la TV es conveniente que ocurra la participación, creo que es preciso identificar una de las raíces de la aspiración a la participación. Tal raíz me parece que se ubica en las *diversas imágenes sociales* en torno a la TV. Con este concepto no hablamos de la influencia de la TV ni de las funciones que tendría la TV en la sociedad; tal como la ciencia intenta comprenderlas. Es algo más complejo: es el valor que los grupos le otorgan a la TV, unido con sus expectativas, prejuicios y temores. Es la imagen social diversa que se tiene acerca de lo potencialmente benéfico en la TV, lo que sería amenazante en la misma y lo que sería inofensivo o menos temible.

Si introducimos esta imagen social acerca de la TV, veremos que la participación se concibe de maneras distintas.

#### a) La clase política

Parece prioritariamente sensible a la

*información noticiosa*. Esta parece constituir su mayor preocupación en relación a la TV. Teme a la distorsión que pudiera introducir la TV, a la pérdida de imagen, a la persuasión en un sentido determinado, a la construcción de imágenes. Dentro del personal que trabaja en los canales, el periodista aparece como el hombre clave para esta imagen social de la TV. La gran sensibilidad de los políticos con esta imagen los llevó a desarrollar ampliamente las secciones relativas a la teledifusión de la política en la Ley 17.377.

Tal vez el área política sea el aspecto más fácil de reglamentar para una participación en la TV, desde un punto de vista pluralista. Hay más experiencia acumulada. Así, se conoce que hay tres áreas claves:

- i) una información breve y equilibrada en los noticiarios;
- ii) debates permanentes con puntos de vista discrepantes y representativos acerca de los grandes problemas de actualidad: es el género que permite analizar en profundidad y comparar los diversos puntos de vista; y,
- iii) reglamentar la propaganda política estrictamente tal.

De esta manera, la sensibilidad de la clase política a la información noticiosa no sólo la ha llevado a la participación en la orientación o dirección general de la TV, sino incluso a buscar formas de participación en el nivel de la *programación*.

b) Existe otro segmento que tiene una imagen social de la TV con énfasis diferente a las percepciones que tienen los políticos: ellos son los *educadores, sicólogos y otros profesionales* que se relacionan con el desarrollo y el comportamiento humano. Para ellos la gran expectativa ante la TV es su potencial capacidad educativa, formativa, socializadora. Temen la destrucción de valores sociales y culturales. Muchos estiman que la mayor influencia de la TV no estaría en los géneros informativo-rationales sino en el área de la entretenimiento. Algunos enfatizan el potencial de la TV infantil; otros piensan en la capacidad educativa para los sectores pobres o marginales de la sociedad. Esta imagen social acerca de la TV no ha tenido representantes directos en la dirección



u orientación de la TV chilena. Los legisladores no han considerado necesaria la incorporación de tal percepción e imagen de la TV, pues los representantes políticos deberían ser los intermediarios de tales percepciones. Pero otros estiman que los políticos tendrían visiones unilaterales y menor cercanía para comprender estos puntos de vista; por tanto se necesitaría representantes directos de algunos movimientos y sectores sociales del segmento que nos ocupa. Pero surge un grave problema práctico: ¿quién representa y cómo se elige al representante de esos movimientos? ¿Cómo se escoge al representante de los padres de familia, de los jóvenes?

Aquí, pues, se plantea un doble problema:

- la discrepancia entre las diversas imágenes sociales de la TV y la *pretendida unilateralidad* de la visión del político; y,
  - la *dificultad práctica* de seleccionar representantes de otros actores y movimientos sociales, que no sean los políticos.
- c) Existe una tercera imagen social de la TV que enfatiza otros aspectos. Es la percepción vinculada a sectores de *prácticas artísticas, y de la industria cultural*: teatro, cine, video, expresividad cultural, local y regional. Para ellos la gran expectativa ante la TV es su capacidad de exhibición y de presentación de la *producción chilena*. La gran amenaza estaría en el divorcio entre la producción cultural nacional que circula casi privadamente y los productos extranjeros que exhibe masivamente la TV. En esta percepción la improductividad cultural sería muy temible, y la inaccesibilidad de la TV muy amenazante. En esta imagen de la TV, la participación que se quiere acentuar es la presentación de las producciones culturales chilenas. El cine, el teatro, el video, la música, tendrían en la TV un decisivo sistema de circulación e incluso de financiamiento. Las nuevas tecnologías posibilitarían en esta perspectiva una participación en la producción de TV; entonces, ya no se trataría sólo de participar en la dirección o en la orientación general de la programación, sino de convertirse en productores que participan en la TV chilena con sus creaciones culturales. Las nuevas tecnologías permitirían un avance importante para una *diversificación* de los emisores (productores) externos a los canales, incluso regionales; y esto aparece como un nuevo nivel de

participación: *participación en la creación y en la producción*.

Al extenderse esta idea a la regionalización de la TV, la participación regional aparece como una manera de terminar con el centralismo en la comunicación y en la cultura, y se crea la expectativa de fortalecer la identidad y creación regionales.

## 5. Recapitulación

Al presentar brevemente el tema de la participación a través de su evolución histórica en la TV chilena y a través de diversas imágenes acerca de la TV, me parece que es posible obtener ciertas conclusiones:

- a) No se puede pretender restaurar la Ley de TV del año 70, al menos en este aspecto. La práctica de la participación muestra evidentes fallas: ineficiencia e incapacidad de orientación.
- b) Si se quiere restablecer o perfeccionar la participación habrá que rediscutir el tema, especialmente en relación a quiénes pueden participar y en qué nivel puede ocurrir ella.
- c) En relación a quiénes participan, hoy aparecen reivindicando tal derecho grupos sociales que se muestran insatisfechos con la representación política. Ellos critican la percepción unilateral que el político tendría de la TV y reivindican también su derecho a hacer presente directamente sus expectativas.
- d) El tema de la participación, en las actuales condiciones tecnológicas, se ha vinculado al aspecto de la producción de mensajes para la TV. Aparece un nivel de participación y otros actores, que en la Ley del año 70 no estaban considerados, porque las condiciones eran diferentes.
- e) Partiendo de estas nuevas condiciones sociales y tecnológicas, nuevamente la Ley del año 70 aparece como imposible de ser restaurada. No daría cabida a las actuales aspiraciones y a las nuevas posibilidades. Sería entonces preciso perfeccionar el



espíritu de esa Ley, que indudablemente pretendía la participación, y además habría

que actualizarla para acoger las actuales demandas y las presentes posibilidades.

## NOTAS

(1) Ver A. Squella "Estatuto Jurídico de la TV chilena", Edeval. Valparaíso, 1974; V. Fuenzalida "Transformaciones en la Estructura de la TV chilena". CENECA, Santiago 1983; G. Munizaga "Marco Jurídico Legal del Medio Televisivo en Chile", CENECA, Santiago 1981.

(2) Ver V. Fuenzalida "Democratización de la TV chilena" CPU, Santiago 1984.



## COMENTARIOS A LA EXPOSICION

ALICIA SANHUEZA (\*)

Todo lo que yo voy a compartir con ustedes no es más que producto de una práctica, de muchos años, que se fue haciendo más racional en estos últimos cinco. Ella consiste en que yo soy telespectadora, me considero bastante fanática de la televisión, me gusta verla. El hecho de estar participando con grupos de pobladores como los comedores solidarios, en los que la mayor participación está dada por mujeres, nos llevó a constatar que después de las tres de la tarde nos fracasaban las reuniones. Empezamos a averiguar qué pasaba y observamos que la mujer dueña de casa, pobladora, estaba instalada frente al televisor viendo telenovelas

Eso nos llevó a hacer un análisis totalmente artesanal, porque ni yo ni ningún otro miembro del grupo tiene ningún conocimiento teórico, de lo que son los medios de comunicación. Nos preguntamos, ¿por qué la mujer ve televisión toda la tarde?

Así, observamos que a través de las telenovelas se nos entrega una imagen ideal de mujer, una imagen ideal de familia, una imagen ideal de medio social que no responde a la realidad, que no corresponde a la situación social concreta que hoy vive Chile. Esto nos lleva a preguntarnos por qué en los programas de televisión no aparece el niño común y corriente de una población. El niño morenito, con el pelo liso, bastante sucio, que no juega en el pasto, ni en jardines infantiles, sino en la tierra; por el contrario, aparece en los programas infantiles (donde son premiados muchas veces) el niño rubio, de ojos claros -que no hay

muchos en las poblaciones-, muy bien vestido, que tiene juegos dirigidos, no ese niño que se revuelca en la tierra... Sentimos que no es el niño natural. También, nos empezamos a preguntar, ¿por qué en la televisión no aparece la figura de la mujer dueña de casa, que lleva toda la carga, y que a través de la televisión, de los spots, siente que tiene que comprar tal o cual crema para ocultar sus arrugas, porque no son bien miradas? Con estos elementos nos dimos cuenta que hay una intencionalidad en la televisión de querer mostrarnos una realidad que no es la nuestra. Y, por otro lado, qué va pasando con la receptora del mensaje. Sentimos que hay una desvalorización. "Yo no valgo, porque no tengo la figura que muestran en la televisión"..., el joven no vale tampoco, porque no tiene el blue jeans de una marca especial; lo mismo sucede con el niño. Hay un modelo de familia donde no hay discusión, donde no hay conflictos, donde todo está muy bien, .... y la mujer se va dando cuenta de que no es la realidad en que vive y empieza a preguntarse "¿quién está mal?". "Soy yo la que estoy mal, la que no ha sabido responder a un modelo", y así comienzan los sentimientos de culpabilidad. Entonces, ¿qué es lo que quieren conseguir con los programas de televisión?

Por ello es que afirmamos que la televisión se ha transformado en un mero ente comercial, en donde lo que interesa es vender. Ya sea vender un producto o un modelo de vida. Tal es la percepción que a grandes rasgos este grupo de mujeres va descubriendo.

(\*) Miembro de la Comunidad Cristiana de la Parroquia de Jesús Maestro. Desde hace 5 años estudia el tema de la mujer y las teleseries. Perteneció a la Comisión de Solidaridad de la Zona Oeste del Arzobispo de Santiago.



Tenemos muy claro cuál es el papel de los políticos, de los partidos políticos y de la gran política hoy día. Sentimos que dentro del quehacer político no hay una valoración por esta práctica social más de base. Por qué no nos preguntan a los destinatarios de la T.V. (porque en cualquiera población, por sencilla que ésta sea, podrán faltar muchas cosas, pero hay un televisor a lo menos en blanco y negro), qué nos gustaría que estuviera presente. Sentimos que los políticos tienen un papel muy importante, como es elaborar proyectos de sociedad, pero por qué no se sensibilizan y tratan de llegar a una población para preguntarnos qué tipo de televisión nos gustaría ver.

Por otro lado, sentimos que la televisión debe tener, y hoy día no lo tiene, un valor educativo. Aquí de nuevo, en estos grupos nos preguntamos, qué entendemos por educación. El papel de los políticos es muy importante en esto, porque con los programas de televisión no nos sentimos identificados; sentimos que el proyecto que nosotros queremos que esté presente en una nueva democracia, de no cambiar las reglas del juego, por la forma cómo se está desarrollando la política en este país, no vamos a estar presentes.

En el trabajo que hacemos con las mujeres nos preguntamos -entre otras cosas- por qué nos llaman tanto la atención las teleseries. Nos decían que con las teleseries -aquí también incluyo junto con el aspecto de la entretención, el aspecto de la educación y formación-, conocían lugares de Chile que de otra manera nunca conocerían, y nos agregaban que con las teleseries chilenas se da trabajo a los artistas nacionales. Frente a los programas importados fueron bastante críticas, pero hubo una cosa positiva, "no tendremos nunca la posibilidad de viajar y a través de la televisión conocemos, a través de los paisajes, de

las costumbres, de los trajes típicos, qué es lo que pasa en el mundo fuera de los límites de Chile. Conocemos que existen otras realidades, otras culturas".

Yo les sugeriría tanto a los políticos, a los educadores, a todos quiénes están encargados de la formación, que vayan tomando en cuenta las cosas que generalmente se dejan de lado, y ello es la realidad cotidiana. En algunos documentos he visto cómo empieza a valorizarse la cotidianidad, la práctica de la mujer, del hombre, de la familia. Eso debe ser considerado y debe ser valorizado, porque hasta este momento no ha sido tomado en cuenta.

Con este grupo de mujeres nosotros descubrimos que no se necesita estudiar teatro para poder usar la cultura como un medio formativo y de entretención. Así fue como representamos nuestras vidas, escenas cotidianas, los conflictos y las ilusiones. Siento que el intelectual, al divorciarse de la práctica social y de la práctica más popular, no valora los sentimientos, no valora el soñar. Soñar no es alienación, es soñar a futuro si todos juntos somos capaces de hacer cosas diferentes.

Ahora, me van a perdonar los expertos, porque a lo mejor digo una aberración; siento que la televisión por su llegada es o se puede convertir en un agente transformador de la sociedad. Y frente a este punto vale preguntarse qué tipo de sociedad es la que queremos construir, para qué tipo de sociedad queremos participar, qué tipo de relaciones sociales queremos que existan entre los hombres, qué valores son importantes que estén presentes a través de los medios de comunicación, ¿valores que están presentes en la realidad de Chile o valores que a lo mejor son desarrollados en un escritorio?



## JOSE ANTONIO VIERA-GALLO (\*)

Básicamente intervengo como espectador de la televisión extranjera, porque la televisión chilena prácticamente no la veo, ya que he vivido fuera mucho tiempo.

Quisiera decir algunas cosas sobre la participación, pero antes algunas reflexiones generales. Me pregunto por qué la gente se coloca tanto tiempo frente a la pantalla, no sólo en el caso de las mujeres en una población, sino en general. Pensando, creo que básicamente lo que la gente busca frente a la televisión es un significado para su vida, es seguridad en un mundo cada vez más alienado, más difícil, más violento. Pareciera que el significado de la vida lo transmitieran esas imágenes, se busca protección en cierta medida. Hay una canción italiana que dice: "Mamma Rai, no mi abbandona mai"; en los momentos de soledad, en los momentos de angustia, para eso está la televisión. Al tratar de buscar la seguridad en la pantalla, no hay duda que la televisión cumple una función social muy importante. En ese sentido, yo creo que hablar de la participación en la televisión, supone que nosotros concebimos la televisión en un doble nivel. Por una parte, la televisión ha pasado a ser expresión de la sociedad en la cual existe, pero por otra, es cada vez más un elemento del sistema político.

Uno podría incluso preguntarse, no tanto por el tipo de Parlamento que tiene un país, si es bicameral, si es unicameral o por el sistema electoral, a lo mejor, es más importante preguntar qué

sistema televisivo tiene, para entender mejor como se manejan las cosas.

En lo que se refiere a la participación a nivel de la producción televisiva creo que —como se dice en los trabajos— es importante combinar producción independiente con coproducción, producción de los propios canales con producción privada, especialmente de tipo nacional, y creo que también habría que abrirse a la idea de producciones a nivel latinoamericano e incluso más allá de eso, porque hay una serie de programas que por su importancia pueden trascender las fronteras del país y que por el requisito financiero es importante que sean coproducciones con otros países.

Por último, estaría el problema de la participación a nivel del espacio televisivo. Creo que debe haber participación de grupos sociales y que el Consejo Nacional de Televisión debería ser el encargado de reglamentarlo. Me refiero a la participación de organizaciones sociales cuando hay problemas urgentes, y también a la participación de minorías culturales, religiosas o étnicas que deben tener derecho a un espacio en los canales de televisión. Pero, evidentemente que el espacio reglamentado para la participación en los canales no puede ser muy grande, porque, entonces, se desnaturaliza el perfil de cada canal y el perfil del sistema televisivo.

En general yo creo que el sistema de participación debe ser: combinar criterios que

---

(\*) Abogado. Secretario Adjunto del Centro Internacional de Documentación de Comunicaciones. Profesor asociado de FLACSO. Actualmente trabaja en el Centro de Estudios Sociales.



dicen relación con problemas del orden de la representatividad política y de la capacidad técnica a nivel de la orientación y la gestión, con criterios que dicen relación más bien con representación de la sociedad civil, pero a nivel de la programación o de los espacios televisivos en cuanto tal. Eso quizás pudiera impedir una cierta monotonía del lenguaje televisivo que se da no sólo a nivel nacional, sino internacional y que va formando una cultura media, generalmente funcional a ciertos mecanismos productivos. Esta va matando las identidades culturales nacionales, regionales, de minoría o en general, incluso el pluralismo real, las opciones reales, no sólo en cuanto a opciones políticas, sino sobretudo a

opciones de significado de la vida, que tienen que ser patrimonio de una sociedad democrática. Ese fue quizás uno de los puntos de mayor ataque de Passolini en Italia al sistema televisivo, porque veía en él la gran responsable de la destrucción de la diversidad cultural y la introducción de la cultura media funcional al consumismo. Yo creo que esa es una cosa que ocurre en todos los países.

Ahora, puede ocurrir que cuando Chile vuelva a la democracia ella sea no productiva en ese sentido, no consumista, sino que abierta a la libertad, a la diversidad. Entonces, la televisión pudiera cumplir esa función de significación plural en el sistema de las comunicaciones.



El motivo que me lleva a conversar sobre este tema es mi convencimiento de la enorme importancia que tiene la televisión en la sociedad contemporánea y el haber pensado, durante muchos años, que sin una televisión que verdaderamente se incorpore en la realidad chilena es muy difícil transformar, progresivamente y por métodos evolutivos, la sociedad en la cual nos encontramos participando. No tengo ninguna calidad profesional para introducirme en este debate. Sin embargo existen algunos hechos que son tal vez los que me han llevado a concebir algunas ideas respecto de él. Es la circunstancia que desde muy joven, por distintos avatares del destino, me ha correspondido participar en programas televisivos, desde el inicio de la televisión chilena y, principalmente, en programas de tipo político en los que he podido expresar mis puntos de vista en relación con los problemas contingentes.

Quisiera referirme al tema de la participación incentivado por los juicios de las dos exposiciones anteriores y por el interesante documento de trabajo presentado por Valerio Fuenzalida.

En el documento señalado se define participación como un "conjunto de expectativas, de prejuicios y de temores de grupos sobre la televisión". Creo que la definición anterior es básicamente correcta, y los dos expositores anteriores han coincidido con ella.

En el fondo, es un problema de cómo la sociedad civil trata de insertarse, con sus valores, a este gran sistema o aparato institucional que, desde arriba, nos llega al living o dormitorio de nuestras casas, con órdenes culturales y valóricas.

En el documento también se habla de la percepción de la clase política en relación con la televisión. Yo me siento (y siempre me he sentido) formando parte, a pesar de que en bastante receso, de esa clase política chilena. En consecuencia, y desde esta perspectiva, quisiera centrar mi intervención en relación con los cuatro puntos que contiene el documento que se nos ha entregado.

En primer lugar, él señala que la información de noticias debe ser lo más breve y objetiva. La verdad es que a diario y no sólo en esta administración, sino que también en las anteriores, hemos visto que las noticias se nos entregan normalmente bastante dirigidas.

En segundo lugar, se anota la circunstancia de que el debate político debe ser lo más alentador posible. Ello presenta enormes dificultades que en Chile son especialmente notables, pues cuesta mucho participar en debates tratando de dar siempre una visión alentadora de la realidad, a pesar de que ella pueda ser tremendamente destructiva. Así y todo, pienso que en el debate político televisivo, la clase política debiera contribuir a la formación de una conciencia cívica

---

(\*) Abogado. Profesor de Derecho Económico en la Universidad de Chile. Presidente del Instituto Chileno de Derecho Económico.



participativa. Cuesta muy poco caer en el plano de la destrucción. La construcción de valores, concepciones e ideas, en términos que sean útiles a la sociedad que está participando de ese debate como elemento pasivo, es un problema difícil de lograr.

Pienso que en los debates políticos debe existir disidencia, en el sentido profundo de la palabra; de modo de poder exhibir ante el país sentidos críticos de la realidad pues así es como nace la confrontación del telespectador con su propio pensamiento y de tal proceso pueden salir las concepciones que, en definitiva, guíen armónicamente a la sociedad hacia el futuro.

En tercer lugar, creo que tales debates, también desde el ángulo político, deben tener elementos claros de tipo económico y de orden cultural. Pienso que la sociedad chilena, precisamente por la circunstancia de internacionalización de la cual tan activamente participa la televisión, debe incorporarse mucho más a los medios de producción, a los sociales, a los valores culturales y económicos en los cuales participa el resto de la sociedad del mundo occidental. La transferencia de tecnología, la transferencia de modos de vida, la exhibición de sistemas productivos, pueden jugar, en el caso de un país como Chile, una importancia decisiva. Estas imágenes y modos tienen siempre incorporados valores y órdenes que bien concebidos son de enorme jerarquía. Vinculo este factor -al que luego me referiré- con aquél denominado como "estereotipos sociales". Nosotros, de verdad, importamos a diario "estereotipos" de los países desarrollados, pero no importamos sistemas de orden productivo, económico y social que en esos países se generan a diario.

Soy de los que piensa que una de las maneras en que podemos concebir la televisión, es partiendo de una concepción de orden social. Tal concepción, a mi juicio, debe responder al hecho cierto de que nuestra sociedad, como la mayor parte de las sociedades occidentales, es tremendamente compleja, ya que en ella participan toda clase de "estereotipos sociales", toda clase de culturas que están interactuando.

En el caso de Chile, las diferentes culturas o más bien subculturas, muchas veces están sólo

latentes y es poco lo que entre ellas interactúa. En cambio veo grandes y profundas escisiones sociales. Si nosotros no partimos por percibir esa situación, es muy difícil que entendamos una televisión que en el fondo entrega uno u otro tipo social. Pienso, pues, que mucho más que un tipo social a ser impuesto, deberíamos entender que en nuestra sociedad participan culturas profundamente diferentes, y que no siempre es bueno tratar de integrarlas en una sola. En eso admiro el sistema de los Estados Unidos, donde minorías étnicas, políticas, sociales y económicas, intervienen activamente como tales, habiéndose producido un gran compromiso de orden social, entre distintas minorías en el plano político.

Si a través de la televisión, como lo hemos visto en el curso de los últimos años, se pretende una labor integradora, necesariamente se tienen en mente ciertos "estereotipos", y consiguientemente, se está, de alguna manera y muchas veces inconcientemente, promoviéndolas. Creo que la labor educativa y formativa de la televisión debe partir, en consecuencia, por aceptar la situación de la naturaleza eminentemente plural de la sociedad chilena pues ella, como expresaba, no es unívoca. Si concordamos en ello, entenderemos con mayor facilidad una serie de factores políticos, que para la eventualidad del restablecimiento de un sistema democrático, ayudará a comprender el sentido que la televisión debe tener en esa sociedad.

En este orden de cosas, estimo que si aceptamos culturas interactuantes en un desarrollo económico del cual debemos todos ser partícipes, debemos incentivar órdenes productivos y de disciplina social que habilite incrementar nuestras riquezas a través del empleo más razonable posible de nuestros propios recursos humanos. Pienso, igualmente, que nuestro sistema televisivo y nuestros rasgos multiculturales, están participando del mundo que también es multicultural e interactivo. En definitiva, creo que al igual que el orden financiero que se está transformando en un solo orden internacional, igualmente, el orden de la transmisión y transferencia de culturas se está progresivamente integrando en uno solo. Eso implica dos políticas que aparentemente son contrapuestas. Una, el rescate y protección de nuestros valores permanentes y, al mismo tiempo,



su inserción en los internacionales, sin miedo a "colgarnos" de los distintos satélites que nos traen las noticias y el desenvolvimiento del acontecer externo cultural, ético o artístico.

Las sociedades no son estáticas, por el contrario, se van progresivamente transformando y esa transformación es conveniente en tanto no

afecte negativamente a los órdenes culturales que nos habilitan para convivir en nuestra propia existencia, por lo demás más que centenaria. En consecuencia, no temo a la televisión por satélite en tanto exista y se mantenga la televisión que recoja nuestras características nacionales y multiculturales que he tratado someramente de señalar.



Para hablar de televisión reivindicó solamente el título de "ciudadano futuro", y lo hago porque ese título me permite hablar de política de salud sin ser médico y de política de vivienda sin ser arquitecto...., creo que es la única manera de entender la democracia porque de lo contrario uno en la cabeza tiene ciertas ideas corporativas, según las cuales sólo se puede hablar respecto de lo que uno es profesionalmente, respecto de lo que uno hace, o sabe.

Una segunda nota personalísima que quisiera agregar es que me siento incómodo en esta discusión porque aprecio mucho los trabajos que ha escrito Valerio Fuenzalida pero no me gusta el documento que ha presentado ahora y voy a tener que ser, a lo mejor, un poco polémico en algunos puntos en los que toca cuestiones muy fundamentales no sólo para la televisión, sino que incluso para el desarrollo social y político del país. Por de pronto él dice que no define "participación" pero a renglón seguido la define. La define haciendo tres preguntas que me parecen un tanto insuficientes. Yo creo que es bueno definir participación porque, si bien es cierto que "participación" tiene la misma equívocidad de "historia" y "política", creo que una noción primera, por ejemplo, "contribuir a generar la voluntad colectiva imputable a la acción de que se trata" (Flisfisch y Palma) o "intervenir en la ejecución o crítica que su realización implica" (Francisco Guerra), da una idea de lo que uno está hablando cuando se refiere a participación.

La noción de participación tiene extremada

importancia, porque a mí personalmente no me da lo mismo vivir en un régimen democrático que en un régimen autoritario. Yo no voté la Constitución de 1925 porque no había nacido, pero esa Constitución tenía un principio de legitimidad muy importante, y es que había sido votada en un plebiscito de refrendación de manera que esa participación incluso histórica de la generación anterior me parece básica, y la ley 17.377 tiene muchos errores y muchos defectos, pero tiene dos características que son extremadamente importantes: fue hecha por un Congreso Nacional votado soberana y públicamente por todos los ciudadanos de todas las tendencias en una elección libre, y es una ley orgánica que hay que estudiarla conjuntamente con la modificación de la Constitución del 25, hecha el año 1970. Entonces, el hecho de que a uno no le pregunten en materia de tributos, de tránsito... no implica que uno no participe. Uno participa en la democracia representativa por mediaciones indirectas y es muy importante tenerlo en cuenta porque de lo contrario finalmente todo da más o menos lo mismo. En el documento de Valerio queda la sensación de que cuando llegan los militares y los órganos dejan de ser colegiados para convertirse en unipersonales, tal hecho no pasa de ser una circunstancia, cuando de verdad es más que eso.

En seguida, esto parte de una especie de estudio de los estudios de política pública que a mí me parecen también, de alguna manera, erróneos. Es cierto señalar la hiperpolitización de

(\*) Cientista político. Profesor de Desarrollo Social en el Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social, Asesor Político de la Cancillería durante el período 1968-1970 y miembro del Consejo Nacional de Televisión durante el período 1970-1973.



los mecanismos de la ley, pero ¿quién no se hiperpolitizó en ese período?, porque entonces habría que echar por la ventana la cuota inicial de la vivienda, los proyectos de autoconstrucción, la ley de juntas de vecinos... Dada la situación, todas las políticas públicas fueron subalternas de la politización. Yo diría al revés, que el verdadero análisis sería ¿cómo la ley resistió la hiperpolitización y hubo sesión del Consejo Nacional de Televisión hasta el día anterior al 11 de septiembre de 1973?. Yo estudié otras políticas públicas, en un trabajo que publiqué con Sanfuentes, y la hiperpolitización ocurrió absolutamente con todas las políticas públicas, no solamente con la de televisión. Pero además, también, el estudio de esa política pública debe dar cuenta de algo que es extremadamente importante y que tiene mucha relación con el hilo final de mi argumentación, que entiendo que ha sido debatido aquí, y es que en el primer intento era un servicio público con finalidades sociales en la ley, y eso tiene una importancia que voy a recalcar a continuación. Entonces el método de las imágenes para la futura democracia a mí me parece incompleto. Lo de la clase política, tiene un tono levemente despectivo que a mí personalmente no me gusta mucho.

Y en este punto voy a ser muy breve: la comunicación social y política es parte de la democracia, no es una cuestión accesorio al régimen democrático. Es como la ley de imprenta a los medios de comunicación, por eso justamente esta ley es una ley orgánica de la Constitución. Es mucho más importante el sistema de televisión que los sistemas electorales, que al final de cuentas como lo han determinado estudios muy importantes en la mayoría de los casos vuelven a lo mismo, pero la televisión da una imagen de la cultura política que es un elemento clave de cualquiera democracia. Uno se pregunta ¿por qué esta demanda de educadores, psicólogos, profesionales? si además la ley les entrega las universidades. Justamente la "gracia" del modelo chileno está en que sea de la universidad ¿o quiere decir, entonces, que tampoco participan en la universidad los educadores, los psicólogos, etc.? Para tales estamentos el canal más adecuado para participar es la universidad, y como ellas cuentan con dos canales, es justamente para darle un sesgo a esa televisión, más cultural, más educativa, de mayor contenido.

Insisto, la televisión es parte de la comunicación política y está ligada al paradigma democrático de manera ineludible, al principio de legitimidad, a quién hace la ley, al gobierno de mayoría, a la dirección para poder asumir una política pública, al control y a la alternatividad, a los derechos de la oposición, a la dimensión del pluralismo social y político, a la participación directa o indirecta y por último, a los derechos individuales, que aquí no han sido precisados. A mí me parece que los derechos individuales son extremadamente importantes, que alguien los aborde o mencione en televisión y tenga derecho a responder. Básicamente creo que se trata de aplicar el paradigma democrático a la comunicación en política, cuando hablamos de reglamentación de la televisión.

Yo creo que detrás del documento hay una especie de apolítica de la política, porque en definitiva se busca el reforzamiento de la sociedad civil, pero voy a poner dos casos, que están en los dos documentos que ustedes han presentado. Para que la regionalización sea un objetivo nacional se necesita que esté en la Constitución. O sea el regionalismo, para que sea real, requiere una reorganización política del Estado, que tiene que estar en la Constitución, para que se produzca lo que pide Carlos Altamirano de la bidireccionalidad de los mensajes, para empezar una reforma política, porque si no va a ser un lamento inveterado y por supuesto estoy hablando de un régimen democrático, no estoy hablando de una concentración como la actual.

Enseguida quiero referirme a un tercer punto, al problema de los marginados. Las cifras de pobreza muestran que en el país ha aumentado la pobreza crítica de un 20% a un 30% en 15 años. Esto me lleva a mí a los siguientes problemas:

¿Quién va a cumplir las funciones compensatorias en materia política y social? Yo creo que la televisión tiene extrema importancia en materia de educación, de las desigualdades externas e internas del sistema educativo, en materia de salud, de vivienda y de organización social. Cuando el BID comenzó los préstamos para saneamiento ambiental, la modificación de los indicadores de salud fue completa en toda la región. Cuando uno escucha una campaña como la de prevención de los accidentes del tránsito, tiene que explicarse la estructura de morbilidad



del país y considerar lo que se gasta hoy día por tal concepto. Eso se puede hacer mejor o peor; y creo que se hace muy mal, que se evalúa deficientemente. Lo mismo se podría hacer en un registro muy amplio de problemas sociales, porque resulta que los canales de televisión reciben un subsidio -universitario y estatal- y de alguna manera hay que favorecer a los que tienen menos. De manera que el empleo sistemático de la comunicación social para fines intersectoriales me parece clave, pero además la tendencia intersectorial es realmente la tendencia de punta en desarrollo social. Eso entonces, nos obliga a pensar intersectorialmente, no a pensar a partir del propio medio, sino que a pensar en la dimensión del desarrollo social más complejo. Ya puse algunos ejemplos de cómo la interacción de campo puede resultar extremadamente benéfica, pero si partimos del hecho real de que el país no va a tener recursos suficientes en materia social, en los próximos 15 años, la comunicación social en Chile tiene que cumplir sus funciones en materia social de manera muy específica.

Quisiera referirme también, no exactamente al detalle de la Ley, ni siquiera a los criterios, pero ¿qué sacaríamos con un nuevo corporativismo? ahora, de cuño tecnocrático, al incluir en la televisión a los que la hacen físicamente. Eso nos llevaría a preguntarnos, a discutir el problema del corporativismo tal cual, el Congreso Nacional es más importante que el Consejo Nacional de Televisión... entonces, habría que escoger un

Consejo Corporativo, porque naturalmente ahí las decisiones son mucho más importantes finalmente que las de la televisión.

El segundo punto, que a mí me parece básico y con el que estoy absolutamente de acuerdo, es la urgencia de un reforzamiento de la sociedad civil; regionalicemos el país, municipalicemos el país, establezcamos un cambio de las estructuras de oportunidades, de poder, que permitan vincular la sociedad política con la sociedad civil, pero no trabajemos como un paralelo ambas sociedades, porque eso conduce a una especie de anomia generalizada. Yo creo que realmente esta tendencia a suponer que las distintas concepciones corporativas van a reforzar la sociedad civil frente a la imagen de los políticos, es falsa. Porque lo que nos va a probar la praxis es que jamás los políticos se metieron en los problemas técnicos de la televisión y fueron por lo tanto muy funcionales al desarrollo democrático.

Por último, creo que la tarea de la televisión en el futuro es hacer que la democracia sea gobernable. Para que haya democracia, para que sea gobernable, se requiere además del pluralismo, esa idea compensatoria que me parece absolutamente básica, porque el país no resiste un 30% de su población en pobreza crítica. Y, finalmente diría que la comprensión mutua, el debido respeto de enseñanza del método democrático vía la televisión, son dos elementos importantes a ser considerados.



## REPLICA A LOS COMENTARIOS

VALERIO FUENZALIDA

Quisiera brevemente referirme a algunas cuestiones planteadas en el debate y en particular a observaciones de Eduardo Palma.

Primero, me parece legítimo plantear el tema de la participación de un modo histórico; es decir, tal como lo concibió la ley chilena de TV en el año 1970. Tras el texto de la ley está la mente del legislador: explicitar esa concepción es valorar y apreciar la actividad legislativa de un Parlamento legítimo y representativo. Igualmente está fuera de discusión, me parece, la necesidad de evaluar el desempeño de los mecanismos diseñados por los legisladores.

Cuando constatamos una hiperpolitización que entraba y pervierte el funcionamiento diseñado por el legislador, queremos ir más allá de la anécdota. Lo que interesa es buscar mecanismos más eficientes, capaces de disuadir o atenuar la hiperpolitización e hiperideologización. Tal inquietud estuvo presente en la exposición de Juan Hamilton al expresar que era necesario buscar consensos muy amplios y no tanto la decisión por simple mayoría. Lo mismo ha repetido muchas veces Jorge Navarrete refiriéndose al mismo asunto.

El tema de la incorporación de representantes de otros sectores sociales junto a los representantes políticos es una cuestión que ya ha sido discutida en varias oportunidades en relación a la TV. En este mismo Seminario, Juan Hamilton y

Jorge Navarrete aceptaban como necesaria la participación de diversos actores sociales junto a los políticos. Creo que el tema se puede plantear de un modo completamente equivocado y estéril: una lucha de resentimientos y descalificaciones mutuas ("nosotros debemos estar presente porque Uds. no son capaces de...", y así otras frases por el estilo). Para mí el problema se plantea de otro modo y eso traté de expresar en mi exposición: creo que el político tiene ciertas percepciones especializadas, jerarquizadas desde un punto de vista global. Esto es absolutamente válido y necesario: es la función social del político, que valoro y aprecio grandemente. Pero otros actores perciben los problemas desde otros puntos de vista que son también social y/o profesionalmente válidos y calificados; ellos deben ser tomados en cuenta en el proceso de toma de decisiones. Creo que basta comparar los comentarios de Eduardo Palma y Hernán Errázuriz, hechos desde el punto de vista del político, con los comentarios de Alicia Sanhueza, hechos desde su situación de mujer, madre de familia y educadora popular. Esa comparación ilustra muy bien mi planteamiento: hay puntos de vista diferentes, sensibilidades diversas, apreciaciones y jerarquizaciones distintas a las prioridades que presentan Palma y Errázuriz. Pienso que no son excluyentes sino complementarias; el punto, entonces, es buscar los mecanismos de encuentro y convergencia de esas miradas diversas.



## IV. PANEL SOBRE "EL FINANCIAMIENTO DE LA TELEVISION"

DIEGO PORTALES (\*)

Quisiera iniciar mi participación con una afirmación que a estas alturas del debate me parece obvia. Creo que hay consenso en este seminario sobre la idea de que el financiamiento de la televisión debe ser mixto. Cuando se habla de mixto se está aludiendo a dos hechos. Uno, es un fenómeno privado por la vía de la publicidad y el otro es un financiamiento de tipo público que puede adoptar diversas formas, pero que en definitiva se transforma en una autoridad que debe repartir determinados fondos a los usuarios del sistema.

Estimo que esta primera afirmación es básica para lo que viene. En el ati-borrado escenario de demandas que se le van a plantear por los distintos sectores productivos y sociales al Estado por obtener subsidios públicos cuando retornemos a la democracia, a mi modo de ver, debería plantearse qué alternativas tiene cada uno de estos subsectores de arreglárselas de alguna manera para subsistir. En este punto estimo que la televisión tiene un camino claro que viene de la experiencia actual, que es la publicidad. Entonces, tengo la impresión de que los poderes públicos van a tener la tentación y la argumentación para no otorgar financiamiento a la TV. La competencia entre estos sectores va a ser muy dura y eso hace que los márgenes que va a tener el sistema de televisión, a mi modo de ver, van a ser muy escasos. Sin perjuicio de ello, sigo pensando que el sistema de financiamiento va a tener que ser mixto, o sea, tendrá que haber subsidios públicos al sistema de televisión. De allí

que las reflexiones que quiero hacer en seguida se refieren a cuáles podrían ser más eficaces desde el punto de vista democrático y de los escasos recursos que la sociedad le va a entregar.

¿En qué emplear esos escasos recursos?, ¿cómo priorizar?. Ayer se hacía mención a un problema que a mí me parece central. Es el hecho que desde hace unos seis años, es posible diferenciar con mayor claridad la función de producción de la de distribución en el sistema de televisión. El tema de la diferenciación es muy importante porque las posibilidades de transformación del sistema televisivo las veo muy asociadas a las posibilidades de desconcentración y descentralización. No hablo de crear más redes, digo más bien cómo se regulan las pocas redes que vamos a tener en el futuro para que el mayor número posible pueda acceder a la emisión dentro del sistema. Y aquí nos topamos con el tema del financiamiento.

Pero al problema de la desconcentración y descentralización que se refiere a la pluralidad en el acceso al sistema, hay que agregar el problema de la capacidad de innovación y experimentación. El Director de Canal 13 decía en la entrevista citada en este Seminario, que ellos como empresa no tenían posibilidades de arriesgar: el mercado televisivo obligaba a un tipo de formato, de géneros televisivos que estaban probados en su éxito comercial. Tal afirmación la encuentro extremadamente importante porque si eso es así, resulta que siempre tendremos la misma televisión o una

(\*) Economista, experto en el tema de la comunicación, posee diversas publicaciones en el Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET).



que copiará aquellas fórmulas probadas en el extranjero y que allí han sido exitosas. Si queremos que la televisión chilena sea expresiva de la cultura nacional, debe tener capacidad de innovación y experimentación, tanto en géneros como en lenguajes audiovisuales.

En definitiva, se trata, como dice un autor inglés, que para que la televisión llegue a tener calidad y guste al público, debe armonizar—y esta es la utopía— arte con entretenimiento. Porque la televisión para el público es fundamentalmente entretenimiento y para los productores, necesidad de expresión estética. Ese es el tremendo desafío.

Entonces, esos tres efectos esperados, lograr la descentralización y desconcentración, lograr innovación y experimentación y por último alcanzar la utopía de armonizar arte con entretenimiento, pueden lograrse o avanzarse en su consecución si los subsidios públicos no se restringen a los canales de televisión, a las redes de televisión exclusivamente, sino que se destinan también a los productores audiovisuales. Esto se puede conseguir de una manera bastante simple y ya ha sido propuesto. Se trata de que en las regulaciones de las programaciones haya un mínimo de producción independiente y que los canales de televisión, que son entes autónomos y con autoridad para programar, califiquen y elijan entre un universo de programas de televisión que impliquen la posibilidad del acceso de una multiplicidad de empresas independientes al sistema de televisión. Como ello supone que los canales reduzcan su participación en el tiempo global, entonces deberán reducir personal y como en democracia se buscará dar estabilidad laboral, entonces a través de una fórmula adicional por la vía de la conformación de equipos de productores-realizadores que hoy están en los canales, tales personas podrían así competir con empresas independientes.

Podría así producirse un interesante proceso de descentralización por esta vía, incluso sin contar con mucho capital, porque tendrán el capital fundamental, que es el humano, el capital creativo. Estos grupos de realizadores productores perfectamente en un futuro podrían llegar a proponer géneros y lenguajes televisivos nuevos, capacidad de innovación que la televisión

chilena de hoy no tiene, por estar enormemente limitada por las exigencias comerciales que los canales de televisión tienen.

Creo que la idea planteada requiere de un mayor afinamiento, pues hay riesgos evidentes, posibilidades de que los canales utilicen el comodato o sistemas de licitación no suficientemente transparentes. Todos esos riesgos están presentes. Sin embargo, hay fórmulas, hay mecanismos de control social que pueden permitir que un sistema de subsidio público destinado a este fin otorgue y dé el resultado más productivo con recursos escasos.

En este esquema, ¿cómo se financian los canales y las redes? Pienso que básicamente por la vía de la publicidad, al menos para el momento inicial, en el cuál la crisis económica heredada en la dictadura estará muy presente.

Voy a señalar posibles usos de los subsidios públicos. Un primero, quizás no centralizado, se refiere al uso alternativo del video. Creo que por la vía de la experimentación a nivel incluso de las organizaciones de base, es posible por un lado lograr creaciones de buen nivel y por el otro, lograr un acceso del público, del receptor, al dominio de una cierta técnica. Me refiero a grupos interesados a nivel de la sociedad civil (de jóvenes, de universitarios, de pobladores) que tengan particular interés por el uso de esta técnica. Ello puede permitir un nivel de experimentación y de surgimiento de nuevos talentos que posteriormente puedan formarse y especializarse a nivel universitario o a nivel de las escuelas que existan sobre la materia. Una segunda posibilidad es la creación de canales experimentales, que incluso no sean red, sino canales locales, que cuenten con algún subsidio para así permitir que lo mejor de la programación independiente, lo mejor de la programación incluso experimental, pueda tener alguna salida y de esta manera ir probando nuevas formas de expresión a nivel de la televisión.

Otra idea es el desarrollo de la televisión educativa, y una última, el desarrollo de la investigación sobre la televisión en el campo de la recuperación de información sobre qué está pensando el televidente y qué están pensando las personas que tienen interés por la televisión.



## RICARDO MIRANDA (\*)

Como ya se ha dicho prácticamente todo respecto de la televisión y de su financiamiento, me voy a referir a algunos puntos que creo no han sido mencionados.

En primer término, permítanme una aclaración. Se ha afirmado que los canales de televisión no se autofinancian totalmente, pues han recibido una infraestructura del Estado. La verdad es que a partir del año 75, Canal 13 y me parece que Televisión Nacional, no han recibido aportes del Estado de ningún tipo, incluso la red de televisión de ENTEL era cancelada por Televisión Nacional; tanto es así que por el alto costo decidí cambiarla por antenas de satélites de televisión. Por lo tanto, la televisión se autofinancia casi exclusivamente por propaganda comercial. Esto significa que en cierto modo la programación se condiciona por la necesidad de la comercialización, y por ello mismo se dejan de lado algunos programas que, siendo muy interesantes son para la minoría. Desde que nació la televisión chilena y hasta la fecha, pasando por varios regímenes políticos, el mercado ha financiado dos canales, nunca ha podido financiar tres en buenas condiciones. De allí que el planteamiento que se hacía de un cuarto canal independiente me parece sino imposible, a lo menos ilusorio, si acaso no hay un financiamiento extracomercial.

Se ha afirmado que los productores independientes de televisión no tienen acceso a los canales. Ello es relativo. Yo durante muchos años

manejé una empresa que producía programas de televisión y se los vendíamos a los canales 7 y 13. Pienso que, considerando los altos costos de los equipos, es demencial pensar en que existan muchas empresas productoras independientes. No creo que puedan existir más de dos o tres. Lo que sí puede darse es que hayan agrupaciones de talentos: escritores, directores, productores..., que arrienden sus servicios a una u otra empresa o bien se pongan de acuerdo con los canales. Pero, hablar de muchas productoras independientes es, en mi opinión, una irrealidad.

Otro punto que quería resaltar es que el sistema de televisión chilena—Televisión Nacional y canales universitarios—siendo bastante sui generis, estimo que no ha sido malo, máxime cuando se lo compara con sus similares de países con desarrollo y población afines. Creo que el hecho de que la televisión en sus inicios haya sido universitaria ha permitido un tipo de desarrollo particular, porque en definitiva teniendo un esquema comercial no tiene un fin de lucro. Así Canal 13, por ejemplo, aprovechando el boom económico ganó muchos millones de dólares, dinero que fue invertido en un edificio nuevo y en el equipamiento que actualmente tiene. Si tales ganancias hubieran recaído en un canal netamente privado y con fines de lucro, el destino de los recursos habría sido otro.

Ahora, siempre se habla de la televisión universitaria y de la cultura, incluso había una pro-

(\*) Ingeniero Comercial. Productor del Canal 13 de Televisión. Fue Gerente de la Empresa PROTAB (1964-1980), actualmente es Director del Departamento del Área de Programas Dramáticos del Canal 13.



puesta en el trabajo de Juan Carlos Altamirano de otorgarle a distintos canales, distintas funciones, cosa que me parece difícil de conseguir en la práctica. Creo que la cultura en la televisión da para un seminario completo, y es imposible de manejar sin olvidar el objetivo central de la televisión que es la masificación por su costo y la capacidad de cobertura que tiene; por ello, no puede estar hecha para un 1% de la población. La televisión es masiva, por lo tanto, yo creo que lo importante, y en donde se debe poner el acento, es en el buen gusto, en la educación del público para que aprenda a valorar.

Por último, quisiera decir que la televisión chilena a pesar de su carácter comercial, siempre ha privilegiado algunos programas sin importarles el porcentaje de sintonía. Es el caso de "Almorzando en el 13" que aunque tiene una baja teleaudiencia, se mantiene desde hace más de 10 años. "Al Sur del Mundo" o "El Mundo en que Vivimos" son programas carísimos que jamás se habrían hecho con una televisión netamente comercial. Incluso hubo una época en que los canales estaban en buen pie económico y se intentó hacer miniseries —no telenovelas— con mayor contenido, mejor realización. Se alcanzaron a hacer tres, y nos quedamos con varios libretos que no se pudieron hacer, porque se terminó el dinero.

También se habla mucho en contra de las telenovelas y la verdad es que ellas son un producto neto de la televisión comercial. Sin embargo creemos que las telenovelas pueden ser un excelente medio de educación. Por ejemplo, se hablaba aquí de crear una cultura cívica, bueno, qué mejor que una telenovela. Mientras menor es el grado cultural del receptor mayor es la credibilidad que le da a la telenovela. A pesar de su carácter comercial, la televisión chilena desde que nació, en tiempos de Eduardo Tironi, siempre le ha rehuído a los auspicios comerciales, porque pueden llegar a influir en la programación o en los contenidos, o sea, siempre la televisión ha sido partidaria del mensaje y no del auspicio, y eso se ha mantenido incluso hasta ahora.

Hoy en día hay muy pocos guionistas de televisión con experiencia. Los egresados de las Escuelas de Comunicación, teniendo bastante conocimiento, desgraciadamente no tienen la práctica, y como alguien decía "la televisión es un arte, pero también es un oficio" y ese oficio se aprende haciéndolo. Creo que una función importante del Consejo Nacional de TV debiera ser la formación de gente, libretistas, productores, directores, a través de concursos, de certámenes, etc...



Me voy a referir al tema de la publicidad como medio de financiar la televisión. Antes quisiera referirme a dos temas que aquí se han tratado: pareciera existir consenso respecto al financiamiento mixto. Sin embargo, hay una cosa que ha quedado fuera del consenso y es la que dice relación con el financiamiento a través de los usuarios. Sin embargo, creo que es una parte del financiamiento sobre el que valdría la pena detenerse y examinar más a fondo. Las razones o argumentos que se dan para decir que en Chile no funcionaría, porque los chilenos no van a pagar...etc., me parecen de muy poco peso.

La otra cuestión es la que se refiere a la producción independiente. Creo conocer todo lo que hay y me parece que como empresas estructuradas no hay más de 4, y ellas están en Santiago. Y cuatro no es poco, existiendo además la posibilidad de que estas empresas puedan prestar servicios a equipos de creadores y de productores que pueden ocupar integralmente su capacidad instalada. Así se podrían rebajar costos.

Entrando al tema de "La Publicidad y la Televisión", se ha dicho varias veces aquí que actualmente la única fuente de financiamiento es la publicidad, al margen del debate que existe si ha habido, o existe aún, financiamientos ocultos del Estado. Al mismo tiempo, al haber prácticamente consenso respecto del carácter mixto que tendrá en el futuro el financiamiento de la televisión, ello indica que va a seguir siendo la publicidad una fuente de recursos de primera magnitud. Ello

implica que lo importante es conocer el grado de dependencia que los canales de televisión tienen de esta fuente de financiamiento única, lo que determinaría la ya señalada falta de innovación, incapacidad de riesgo, falta de creatividad, y la tendencia a repetir los programas probados básicamente en el extranjero, lo que hace que la televisión nuestra sea como es.

El circuito es muy elemental: el número de televidentes determina los avisajes y éstos el financiamiento. Me interesa dar una opinión personal, producto de la simple observación respecto de un asunto que se ha convertido en un lugar común, que es afirmar que la publicidad o la actividad publicitaria ha buscado deliberadamente generar efectos dañinos y por lo tanto, es la culpable de todos los males habidos y por haber. La verdad es otra. La publicidad opera con una lógica de eficiencia en el uso de los medios en relación a su costo relativo en comparación con los otros medios, y ella consiste en tratar de obtener la máxima rentabilidad en las asignaciones de las inversiones de los que pagan, que en definitiva son los avisadores. Vale decir, se maneja sobre la base de la optimización del manejo de los recursos de sus clientes.

En definitiva, en la práctica la actividad publicitaria como tal simplemente se adecúa a las condiciones que las legislaciones o las prácticas de cada país le proponen. La publicidad opera con la lógica de "donde me las dan, las tomo". Se adecúa en definitiva a las circunstancias que se le

---

(\*) Publicista y actor de Teatro. Ha trabajado en televisión y actualmente labora en la Agencia de Publicidad Lintas-Chile.



proponen. Comparando datos de los minutos de publicidad en algunos países, tenemos que en Bélgica y Luxemburgo se emiten 24 minutos diarios; en Francia, 18; en Alemania 40, considerando 20 y 20 en los dos canales; en España 40 (20 y 20); en Inglaterra 70. En Chile, en octubre de 1985, un día cualquiera la situación era la siguiente: los minutos de publicidad en el canal 7 fueron 10.5; en el Canal 13, 12.6 y en el Canal 11, 4.7, lo que da un promedio de 8.7 por hora, y de 358 minutos de publicidad promedio en los 3 canales de Santiago al día. De allí que se pueda afirmar que estamos muy mal.

Como conclusión puedo señalar que la televisión no busca que se le creen condiciones especiales, simplemente se allana a las que existen. Aún más, en Chile la actual situación, si bien le ha otorgado a la publicidad el involuntario privilegio de incidir y hasta decidir sobre las programaciones, por otro lado, la sobresaturación de la misma hace que la publicidad como tal está perdiendo eficiencia, lo que está detectado en una baja importante en los niveles de impacto-recordación.

Voy a dar algunos datos económicos, para que nos ubiquemos en la magnitud de los montos: la relación entre el Producto Geográfico Bruto y la inversión publicitaria en Estados Unidos es del 2.18% lo que representa una cantidad tal de miles de millones de dólares que no la puedo reterner; en Australia es del 1.37%; en Alemania del 0.63; en Tailandia es el 0.35 y en Brasil del 1.12%. En Chile la inversión publicitaria en los últimos 5 años ha sido del 0.80% el año 1980, el 1% el 81, el 0.78% el 82, el 0.65% el 83 y 84 y se supone el 0.63% el año 1985.

Otro dato. ¿Cuál es la importancia relativa de la televisión en la participación financiera en algunos países y en Chile? En Bélgica y Luxemburgo es el 13%, en Inglaterra el 31%, en Alemania el 11%, en Italia el 42%, España 31%, en Francia 16% y en Chile más del 50%. La inversión neta en Chile en publicidad televisiva en 1984 llegó a la cantidad de 14.458 millones de pesos —monto que representa el 50% del total de la inversión publicitaria del país— que comparado con algunos países europeos nos indica un claro desequilibrio en relación a otros medios en favor de la televisión. ¿A qué puede deberse esto? En primer lugar, a un relativo bajo costo del medio y ello a pesar de la creencia popular de que la televisión es muy cara. Por otro lado, ayudan también las pérdidas cuantitativas y cualitativas de los medios gráficos en los últimos años debido a la homogenización ideológica, especialmente en los diarios, y a la falta de segmentación que permite llegar a públicos objetivos más específicos.

Respecto a lo que pueda ocurrir con tal asunto en un futuro inmediato. Es muy posible que haya una baja en la inversión publicitaria en televisión en el próximo tiempo debido a los problemas que planteaba anteriormente. La pérdida de eficacia que va a ir siendo detectada cada vez de una manera más metódica es muy posible que determine dicha baja. Es muy probable, también, que esta baja de la inversión en TV se desplace al medio radio, cosa que por lo demás es un fenómeno que ocurre en muchísimos países, en los que la radio ha recuperado su posición como medio masivo.



**TEMARIO DEL SEMINARIO**  
**“PRODUCCION Y PROGRAMACION TELEVISIVA”**

Agosto de 1986

- I. “Concepciones y modelos de programación en la televisión chilena” María de la Luz Hurtado
- II. “La programación televisiva vista desde la sociedad” Foro panel
- III. “Función de la programación televisiva en una sociedad democrática” Juan Carlos Altamirano
- IV. “Los desafíos de las funciones y géneros televisivos”. Foro panel



# I. CONCEPCIONES Y MODELOS DE PROGRAMACION EN LA TV CHILENA

María de la Luz Hurtado (\*)

---

(\*) Socióloga, especializada en cultura y comunicación social. Miembro del Directorio e Investigadora de CENECA. Docente de la Universidad Católica de Chile.



## INDICE

	Página
<b>INTRODUCCION</b>	115
<b>CONCEPCIONES SUBYACENTES A LAS POLITICAS DE PRODUCCION Y PROGRAMACION DE LA TELEVISION EN CHILE</b>	116
1. <b>La postura apocalíptica: la televisión como peligro o amenaza a la cultura y la sociedad</b>	117
a) Desconfianza en el medio en cuanto tal	117
b) Rechazo a los productos de la industria cultural comercial	117
2. <b>La posición iluminista: la televisión como promotora para el progreso</b>	117
a) Extensión de la cultura valorada por los emisores	117
b) La postura desarrollista	118
c) Una variante de la postura iluminista derivada del marxismo	118
3. <b>Matriz liberal: el mercado como orientador o regulador de la programación</b>	118
4. <b>Persuasión Ideológica: la relación entre televisión y política</b>	119
<b>ORIENTACION DE LA SOCIEDAD POLITICA Y MODELOS DE PROGRAMACION Y PRODUCCION DESARROLLADO EN LOS CANALES DE TV</b>	119
1. <b>Primer modelo de programación y función de la televisión propuesta por la sociedad política (1959-1963)</b>	119
2. <b>Modelo de producción y programación televisiva desarrollados hasta 1970</b>	121
a) El modelo de la Universidad de Chile: la utopía del estado docente	122
b) El modelo de la Universidad Católica: el compromiso cultural-comercial	122
c) Transformaciones en los modelos originarios por la influencia del contexto socio-político de la Democracia Cristiana (1965-70)	124
d) Primer modelo de Canal Nacional: un nuevo canal en competencia	125
e) Las autoregulaciones del sistema	125



<b>3.</b>	<b>Las orientaciones y regulaciones de la Ley de TV N° 17.377 de octubre de 1970</b>	126
	a) Respecto a los objetivos de la televisión chilena	126
	b) La normativa específica respecto de esta TV	127
	c) Quiénes cautelan o participan de esta TV	128
<b>4.</b>	<b>Modelos de TV entre 1970 y 1973: su distancia respecto a las orientaciones de la Ley</b>	128
	a) El modelo integrista	128
	b) El modelo de las funciones primarias	129
	c) La variedad como resultado de una ausencia de modelo	129
<b>5.</b>	<b>El modelo comercial-autoritario del Gobierno Militar</b>	130
<b>6.</b>	<b>El proyecto de Ley de TV del Régimen Militar</b>	133
<b>7.</b>	<b>Desafíos para el futuro</b>	134
	<b>NOTAS</b>	136
	<b>COMENTARIOS A LA EXPOSICION</b>	
<b>1.</b>	<b>Manuel Antonio Garretón</b>	137
<b>2.</b>	<b>Teresa Matte</b>	140
<b>3.</b>	<b>Gonzalo Bertrán</b>	143



## INTRODUCCION

La Ley de Televisión del año 70 sintetiza el “deber-ser” que acerca de la televisión fueron elaborando los sectores políticos e intelectuales a través de los 12 años en que este medio operó sin legislación alguna, pero que no obstante, dejó sentir una opción por la televisión “cultural”, “nacional”, “de servicio público”. Siendo el modelo de televisión de “servicio público” el que estaba en la mente de todos, no se reparó en el elemento clave que permite su existencia: el financiamiento estatal, que da a la TV autonomía de los poderes políticos y económicos, que le define objetivos culturales específicos y que le permite realizar una programación nacional con criterios de evaluación independientes al mercado.

Pero, al no asegurar la clase política de aquel momento la base material de este proyecto cultural, colocó a la TV en un zapato chino que fue resuelto de diferente manera por cada canal según la época y la situación institucional en que se encontrara.

El desarrollo de la televisión chilena —desde el punto de vista de sus objetivos culturales, producción y programación— se aleja de aquel “deber-ser” utópico, debatiéndose más bien —al menos en el período democrático hasta 1973— entre las disyuntivas que plantea Maura Brescia: “entre vender o enseñar, entre ser nacional y estar centralizadamente radicada en Santiago, entre dirigirse a públicos específicos o especializados, o dirigirse a la “masa”; entre concientizar o alienar; entre experimentar o repetir modelos standarizados”. Tales disyuntivas han quedado ocultas al

debate público durante el régimen militar, resolviéndose fundamentalmente en pro de la competencia en el mercado. No obstante ello, la ley de hierro de la televisión y de la expansión y mantención de sus audiencias la obliga siempre a mantener una ligazón con la sociedad real, con sus demandas o necesidades y con su “deber-ser” histórico, encontrando maneras de subsistir o recomponerse en este nuevo contexto, aunque sea marginalmente.

Ha habido en este período modelos de programación más exitosos que otros —específicamente el de Canal 13—; no tanto en términos de su mayor valía artística, cultural o de su cumplimiento cabal del deber-ser, sino que más bien de una flexibilidad suficiente como para realizar un compromiso entre éste y las necesidades de funcionamiento de una industria cultural carente de subvención, y con aspiraciones de establecer una empresa estable y autosuficiente. Para algunos, entre los costos implícitos en ello está el haber impedido la existencia de una auténtica televisión universitaria y nacional. Para otros, en cambio, esta flexibilidad fue la que permitió salvar a la televisión universitaria al frenar la instauración de una televisión netamente comercial en el país.

En todo caso, el híbrido “televisión cultural-comercial” implementada en Chile desde la década de los 60, es la que hoy se ha impuesto en Europa y algunos países americanos como un equilibrio necesario entre fuerzas poderosas en el plano de la cultura y de la economía que necesitan expresarse.



De allí que pareciera necesario superar los dualismos y lógica de oposiciones alternativas que caracterizaron las políticas culturales en el campo de la televisión, así como los voluntarismos, para trabajar a partir de las posibilidades reales del medio en un país de escasos recursos disponibles como es Chile. Ello no obsta a que se deba plantear con el máximo rigor las discusiones críticas acerca de la relación esperada y posible de la televisión con la sociedad, remediando la cristalización de géneros que hoy impera en la mayoría de la programación y que la aleja de la vida y creatividad existente en la sociedad real.

La revisión y recuperación de la experiencia histórica en este plano puede ser, entonces, un ejercicio útil para dar un marco de referencia a la reflexión y propuesta de lineamientos de una programación y producción televisiva que contribuya a un proceso de democratización de nuestra sociedad y de nuestra vida cultural.

Desarrollaremos este tema a partir de cuatro ejes:

- Las concepciones y lineamientos acerca de la programación y comunicación televisiva: las matrices fundantes;
- las políticas culturales televisivas y los modelos de programación realizados por los canales de televisión universitarios y estatales;
- la evolución, a grandes rasgos, de algunos géneros y funciones centrales de la producción nacional: la publicidad, lo informativo-periodístico, lo educativo-cultural, y la entretención. Los lenguajes expresivos y los segmentos de audiencia; y,
- los cuadros de distribución de géneros y funciones culturales a través de la historia de nuestra televisión, como también, de la proporción entre producción nacional y material extranjero exhibido en nuestra televisión.

Los temas anteriores serán desarrollados especialmente a partir de la experiencia fundadora de nuestra televisión y hasta 1973, época en que se intentó de diversas maneras realizar el deber-ser democrático de la televisión (y que, por tanto, es más atingente a la problemática que hoy nos planteamos en este Seminario) (1).

## CONCEPCIONES SUBYACENTES A LAS POLITICAS DE PRODUCCION Y PROGRAMACION DE LA TELEVISION EN CHILE

La complejidad y diversidad de funciones culturales y comunicacionales que puede realizar la televisión, unido a la preocupación e interés que despertó en las clases dirigentes —en políticos e intelectuales, artistas y empresarios— dispuestos a establecer los marcos orientadores o al menos los límites de su desempeño, nos ofrece una variedad de posiciones que establecen una diferencia respecto a la liberalidad y espontaneidad que caracterizó el desarrollo de otros medios, como la radio, regulada principalmente por el mercado dentro de la iniciativa privada.

El nacimiento y desarrollo de la TV dentro de las Universidades y posteriormente desde el gobierno (Canal Nacional), la hizo partícipe de posturas y definiciones más amplias, que abarcan otros campos del quehacer cultural y social.

Teniendo estas posturas ciertas matrices comunes, las definiremos esquemáticamente a continuación. Tales matrices irán siendo asumidas, desarrolladas o combinadas de diversas maneras, formando modelos de política televisiva que irán cambiando según las épocas históricas y según los sujetos e instituciones encargadas de definirlos. Estos sujetos serán principalmente el poder ejecutivo y legislativo a través de la legislación pertinente y los consensos no expresados en cuerpos legales, las autoridades máximas a cargo de la conducción de los canales (Rectores y Consejo Superior de las Universidades; Ministros, Presidentes de la República u organismos estatales o gubernamentales) y los directivos y trabajadores de los canales.

Estas matrices no son excluyentes necesariamente entre sí, y por cierto, no son privativas de la televisión, ni tampoco, de nuestro país. No constituyen una tipología que incluya todas las posibilidades teóricas o históricas existentes en el campo cultural, sino sólo aquellas que han sido especialmente importantes y definitorias en la constitución y desarrollo del sistema televisivo chileno.



## 1. **La postura apocalíptica: la televisión como peligro o amenaza a la cultura y la sociedad.**

Esta postura tiene diferentes acepciones:

### *a) Desconfianza en el medio en cuanto tal*

La novedad tecnológica y comunicativa de la televisión provoca alarma y desconfianza en los sectores ilustrados:

- por la alteración física y social que su modo de recepción impone (estar sentado inmóvil y en silencio frente a la pantalla, inhibiendo el juego y el ejercicio físico en los niños, incomunicando a la familia, reemplazando otras actividades como la lectura, el estudio o el trabajo).

-por la sustitución de un lenguaje racional-lineal como la lengua oral y escrita, por uno simultáneo y sensorial, basado en las imágenes. Se le atribuye a la TV un poder mágico e hipnótico sobre el espectador, que lo domina al margen de su racionalidad, provocando una socialización masiva contraria a las bases de la cultura ilustrada y llevando a la pérdida de un tiempo de trabajo y educación útil para la sociedad.

### *b) Rechazo a los productos de la industria cultural comercial*

Los programas envasados producidos por la industria cultural norteamericana especialmente, son vistos como expresión de una degradación cultural, que estimula y aprovecha los gustos y las emociones fáciles de la masa, y promueve anti-valores, con el fin de captar altas audiencias y satisfacer el objetivo de lucro de las empresas comerciales.

Hay sectores partidarios de la alta cultura a quienes les preocupa este fenómeno porque ven en él una degradación, una contribución a una medianía cultural empobrecedora; a otros, defensores del patrimonio cultural nacional, de sus raíces hispánico-autóctonas y de los valores nacionales desarrollados en nuestra particular historia social, ven en la televisión una amenaza a nuestra identidad nacional. Por último otros, desde una lógica política, ven en los envasados

(norteamericanos) una forma de colonización y penetración imperialista en América, siendo parte de una estrategia de dominación más global de nuestra nación.

De lo anterior, se produce un cruce de dos ejes: alta cultura/cultura de masas, y producción nacional/extranjera, siendo el primer término sinónimo de lo positivo y el segundo de lo negativo.

El discurso apocalíptico en sus acepciones de rechazo al medio tecnológico, a la degradación cultural y moral, al lenguaje no-racional y emotivo, a la desnacionalización cultural y a la penetración imperialista, le atribuye a la televisión una alta capacidad de producir "efectos" o cambios culturales, los que, en este caso, serían socialmente desintegradores.

La consecuencia de esta postura, en términos de política cultural, es la de restringir al máximo el desarrollo y expansión de la TV en su carácter de medio masivo comercial; de evitar la importación de material extranjero para la TV, y de poner el control o manejo del medio en un ámbito de responsabilidad social y cultural (en este caso, las universidades y el estado).

## 2. **La Posición Iluminista: la televisión como promotora para el progreso**

La cara positiva es aquella que valora las potencialidades de influencia formativa que tienen los medios de comunicación sobre sus audiencias. Tal asunto posee algunas variantes:

### *a) Extensión de la cultura valorada por los emisores*

Asumiendo que la cultura se clasifica en alta, media y baja, se trata entonces de difundir a la sociedad en general el arte, la ciencia, la filosofía y el pensamiento reflexivo acerca de la realidad elaborada particularmente en los centros de la alta cultura.

La extensión de este saber positivo, que va en beneficio de quienes acceden a él, es una de las responsabilidades del Estado Benefactor en su dimensión de estado docente. Con ello, se irá facilitando a aquellos que están en estadios inferiores de cultura, el ascenso por dicha escala de evolución o progreso social.



Una acepción complementaria a la anterior es la que incluye también a la cultura nacional —la cultura popular con raíces folklóricas, la que expresa problemáticas, lenguajes e imágenes de nuestra realidad— como parte de las producciones que es valioso difundir, por entenderse que en la ampliación y profundización de nuestra identidad cultural está la posibilidad de fortalecimiento de nuestra sociedad, y por tanto, de lograr una progresión histórica concordante consigo misma.

#### b) *La postura desarrollista*

Es aquella que entiende a la TV como una expresión, o como una colaboradora, de los procesos de desarrollo económico, político y social de la nación.

- Por una parte, la propia existencia de la TV como medio de telecomunicación que permite la emisión y recepción de mensajes audiovisuales a distancia, es un progreso social que incorpora al país a los avances de la sociedad contemporánea. Al margen de los mensajes que se transmitan, la instalación técnica y la competencia profesional de chilenos en este medio electrónico nos pone al día en los desafíos de la modernidad. Es una postura sustentada, en general, por los ingenieros electrónicos y los planificadores estatales.
- La TV puede ser un importante colaborador a los procesos de desarrollo nacional, a través de su capacidad de sustituir o complementar la educación formal, base para la capacitación de la fuerza de trabajo, para la educación cívica del ciudadano, y para el mejoramiento de la calidad de vida de la población (educación sanitaria, educación familiar, etc) en especial, de los que están marginados de obtener esta capacitación en otras instancias de la vida social.

Las acepciones iluministas de extensión de alta cultura incluída la nacional, como la desarrollista, atribuyen a los medios de comunicación social empleados en esta forma, una capacidad de integrar a la sociedad, al ofrecer a las masas estímulos e información comunes. Se produciría así una progresiva homogenización de las diferencias socio-culturales, una posibilidad de

integrarse a las tareas económicas y sociales y una capacidad de disfrute cultural y de información que favorecería la participación social generalizada.

#### c) *Una variante de la postura iluminista derivada del marxismo*

Es aquella que reemplaza las concepciones gradualistas (que quieren llevar la baja cultura a la alta cultura, o la cultura retrasada y mágica a la cultura avanzada y racional), por la concepción de la cultura en oposición entre lo alienado o falso a lo lúcido y verdadero. Lo alienado formaría parte de la cultura dominante (burguesa) y lo lúcido, parte de la interpretación científica o válida de la realidad, realizada desde el interés del pueblo o del proletariado. La política cultural que de ella se deriva es la concientización, y más que la integración cultural, busca la exacerbación de los conflictos, el cuestionamiento de la cultura establecida, y el cambio cultural que instaura una nueva hegemonía que lleve hacia una sociedad más avanzada y justa.

Lo que tienen en común todas las posiciones iluministas, es que hay un grupo de la sociedad —representativo o no de ella— que, en base a una matriz valórica, promueve o define los contenidos y orientaciones culturales deseables para ser producidos y difundidos por los aparatos culturales, sustentándose en que con ello contribuirá al progreso y desarrollo de la sociedad civil y política.

### 3. **Matriz liberal: el mercado como orientador o regulador de la programación**

Ha habido tres aproximaciones a esta matriz liberal:

- a) Aquella que ve en el mercado, manifestado en la aceptación que obtiene la oferta televisiva entre los telespectadores, la expresión de las necesidades y demandas de la sociedad, teniendo ésta derecho a elegir su consumo, se somete a sus dictámenes, esforzándose siempre por obtener la más alta audición posible, sin importar mayormente qué programa es capaz de lograr el objetivo. De esta manera, no se jerarquiza ni valora la programación según criterios culturales o sociales previos, sino que se estimula el que se



vaya perfeccionando la capacidad de atraer o convocar audiencias.

Esta posición puede sustentarse simultáneamente en: la falta de interés en ejercer una conducción cultural específica, en rechazar los dirigismos culturales y/o en aumentar la capacidad de contratar auspicios comerciales, por tanto, de obtener ganancias económicas.

b) Aquella que no considera incompatible el programar orientado por el mercado y con fines de lucro, con el ejercer una cautela responsable de valores y objetivos culturales y sociales.

c) Aquella que percibe que los auspiciadores exigen un nivel de audiencia elevado para contratar publicidad, por lo tanto, que se requiere aceptar y respetar la lógica de las audiencias si se necesita financiar la operación y desarrollo del medio.

Este criterio pragmático no obsta a que se considere que los programas que atraen audiencias no expresan verdaderamente las opciones culturales y sociales del canal por lo que, si se dispusiera de financiamiento independiente, se prescindiría con gusto de ellos.

#### **4. Persuasión Ideológica: la relación entre televisión y política**

No nos referimos aquí a una matriz cultural, sino a una preocupación constante de la clase política y de quienes han tenido la responsabilidad de conducir los canales de televisión, la que ha sido abordada desde diferentes posturas ideológicas. Frente a la capacidad de la televisión de participar explícitamente en la política partidaria, o en el campo político ligado a los poderes públicos, ha habido al menos las siguientes opciones:

a) Propiciar la exclusión total del área política de la programación televisiva, como manera de no alterar los modos constituidos de hacer política, ni los equilibrios existentes al respecto.

b) Propiciar la presencia regulada de lo político-partidista, de modo de asegurar la objetividad informativa y/o el pluralismo, y la oportunidad de publicitar las diferentes posturas o candidaturas, inspirados por principios democráticos (específicamente, del estado de compromiso).

c) La instrumentalización del medio al servicio de una ideología política dada, ya sea como afirmación u oposición al gobierno del momento, o como apoyo unilateral a candidaturas y bloques políticos. La implementación de esta postura requiere el logro del control político del medio por los sostenedores de ésta.

d) El integrismo político que, por entender que todo mensaje es ideológico, y por querer expandir en la sociedad una visión de mundo que da respuestas totalizantes, busca hacer congruente con dicha visión ideológica todos los contenidos difundidos por el canal, dentro del género que sea: series dramáticas, shows, reportajes, infantiles, etc.

## **ORIENTACIONES DE LA SOCIEDAD POLITICA Y MODELOS DE PROGRAMACION Y PRODUCCION DESARROLLADO EN LOS CANALES DE TV**

### **1. Primer modelo de programación y función de la televisión propuesta por la sociedad política (1959-1963)**

Sabemos que hasta 1970 no hubo una auténtica Ley de TV. Sin embargo, la sociedad política hizo sentir su voluntad al respecto de dos maneras:

a) Desde el ejecutivo (gobierno de Alessandri) y luego en el de Frei, se cerró toda iniciativa proveniente del área privada, y dejó hacer a iniciativas similares provenientes de las Universidades, aún cuando la disposición legal sobre la materia contemplaba principalmente la existencia de televisión comercial (2).

Respecto a la televisión universitaria, la prescripción era nítida:

“Las estaciones radiodifusoras educacionales deberán transmitir programas de indiscutido valor educativo, con exclusión absoluta de propaganda comercial, religiosa, política, sindi-



cal, etc. sea ésta gratuita o pagada. La contravención a esta disposición determinará la caducidad de la concesión, sin más trámite" (Art. 24).

Es decir, se entiende una función educativa estricta para la TV como proyección del estado docente y/o para el desarrollo, excluyendo su intervención en el juego político y en el mercado comercial.

b) Habiendo sido ésta la norma a la que se acogieran los canales universitarios (Universidad Católica de Santiago y Valparaíso desde 1959) y Universidad de Chile (1960), la expansión del medio tras el Mundial de Fútbol de 1962 hizo que la empresa privada reforzara su presión por participar en la televisión, anunciándose en 1963 que la Cámara de Diputados estaría de acuerdo para legislar al respecto.

Tras largos debates y manifestaciones de los líderes de opinión de la época, en que terciara fuertemente el Consejo de Rectores, los máximos personeros de las Universidades y el Cardenal Silva, que proponían que la TV fuese por ley solamente universitaria, no se llegó a consenso suficiente para emitir una ley, aunque de los debates se desprendieron claras posiciones de mayoría. De acuerdo a las matrices antes conceptualizadas, éstas corresponden principalmente a tres posiciones, sostenidas principalmente por la DC y la izquierda, estando los partidos de derecha y el partido radical divididos al respecto. Ellas fueron:

- Prevalece una posición apocalíptica, temerosa a los efectos de la expansión de la cultura de masas (comercial), tanto por la degradación cultural que conllevaría, como por su falta de respeto a la ética (o su decidida inmoralidad), y por la dependencia cultural y desnacionalización que genera.
- Se le encomienda, dentro de una matriz iluminista, una tarea educativa y de difusión de una cultura elaborada o alta.
- Se le constriñe explícitamente su capacidad de jugar en el terreno de lo político, y de la publicidad política, así como de la publicidad comercial. (A esta última se la ve ligada a aquellos males que se busca

evitar: la banalidad o pobreza de formas y contenidos, el recurso a la violencia, el sexo y una moral familiar y ciudadana relajada).

Siendo éstas sus demandas y expectativas frente a la TV, eran entonces las Universidades las entidades más apropiadas para llevarlas a cabo.

La posición minoritaria reivindicaba el derecho a que los particulares accedieran al "negocio" de la TV, la que, jugada en el mercado pero con responsabilidad social, podría tener una expansión y realizar un servicio público que las Universidades no podrían satisfacer por la escasez de sus recursos.

En efecto, todas estas orientaciones hechas a la TV, que se encuadran en el concepto de TV de Servicio Público europeo, de alta exigencia en su programación y función social, no fueron factibilizadas por un elemento consustancial a él: la subvención estatal a su equipamiento y operación, siendo ésta una industria cultural que requiere enormes recursos económicos para funcionar.

Es decir, la sociedad política establece para la TV chilena los más altos objetivos y ningún respaldo directo para su satisfacción, delegando la responsabilidad total en las Universidades. Así dadas las cosas, éstas deberán recurrir a la publicidad comercial como única manera de salir adelante, y tanto el ejecutivo como el legislativo harán "la vista gorda" al respecto, aún cuando dicha publicidad deberá siempre ser medida, puesto que hay conciencia que ésta sobrepasa la legislación vigente.

Desde 1966, y aprovechando el tendido de la red de telecomunicaciones de ENTEL, el gobierno de la Democracia Cristiana planifica la creación de un Canal Nacional que una al país. Dicho proyecto no pasa en ningún momento por poderes públicos fuera del Ejecutivo, y se radica primeramente en el Ministerio de Educación, para luego adquirir autonomía jurídica como sociedad vinculada a CORFO.

Los primeros fundamentos de este proyecto corresponden a una matriz desarrollista, en su asepción tecnológica: la telecomunicación es per se un factor de progreso, y faculta la integración nacional al establecer flujos comunicativos a



través del país, coordinado y planificado desde el poder central, núcleo de la constitución del estado. Estaba también implícito en este proyecto, el colaborar a la educación nacional para el desarrollo social y económico, y la incorporación participativa de los sectores sociales marginados.

Salvo una o dos oportunidades en que algunos parlamentarios pidieron explicaciones a los canales por sentirse discriminados o afectados por algún programa específico, el poder legislativo en tanto tal no se manifestó nuevamente respecto a la orientación de la TV, sino hasta la ley de 1970.

## 2. Modelos de Producción y Programación televisiva desarrollados hasta 1970

Una pregunta que suele plantearse es por qué los Canales de la Universidad de Chile y de la Universidad Católica de Santiago han tenido un desarrollo tan distinto, cuando las circunstancias parecían haber favorecido al Canal de la U, por ser una universidad de mayor tradición, con un desarrollo en las áreas artísticas y audiovisuales, y cuyo presupuesto fiscal era muchas veces superior al de la Universidad Católica.

En efecto, las características de cada universidad fueron vitales en la definición del proyecto televisivo que en ellas se gestó, en especial, dado que no existía ninguna reglamentación jurídica precisa al respecto. Esta definición fue tan clara, que generó una institucionalidad cuya tradición está aún vigente.

### a) *El Modelo de la Universidad de Chile: la utopía del estado docente*

Quienes se hicieron cargo en esta Universidad del proyecto televisivo fueron sus más altas instancias académicas (Rectoría, el Secretario General, etc...), poniendo grandes esperanzas en la función de extensión cultural y educación que podía cumplir el medio. Inscrito en un Departamento Audiovisual, de carácter académico, cada una de sus etapas y acciones fueron planificadas cuidadosamente (3).

La política de producción y programación se orientaba a que hubiese una presencia equilibrada de las diversas funciones culturales propias del iluminismo: la extensión a la sociedad de la alta

cultura, de la cultura nacional popular y folklórica y el ejercicio de la función docente propiamente tal. A las anteriores funciones, agregaban la de informar y analizar el momento noticioso. La universidad era una fuente de alimento directo para la producción y programación, estableciéndose convenios con el Instituto de Extensión Musical, el Teatro Experimental y el Pedagógico. Asimismo, todos los ciclos de programación eran planificados cuidadosamente, fijándose objetivos y sistemas de evaluación para retroalimentar su trabajo. Los académicos no sólo colaboraban en definir temas o producciones, sino que acompañaban las exhibiciones, cometéndolas y analizándolas.

El plan de Teleducación era ambicioso, y se dió en convenio con el Liceo Manuel de Salas a nivel escolar, y con el Instituto Pedagógico a nivel Universitario.

Esta opción era congruente con el "ethos" prevaleciente en la U. de Chile a la época: entendiéndose a la Universidad como un selecto espacio del saber en la sociedad, con la cual se tenía un compromiso de servicio y de iluminación, su carácter estatal hacía que ésta misión se entendiera inscrita en las funciones de desarrollo y conducción social del estado, en este caso, del estado docente.

Esta posición encontró, en sus inicios, un elemento que la hizo más compleja, ya que estuvo a cargo de la producción de programas Raúl Aicardi, quién agregaba a las orientaciones anteriores una especial sensibilidad acerca del lenguaje audiovisual, que transmitió a sus colaboradores más cercanos como Patricio Bañados y Fernando Reyes M. Aicardi entendía que la TV tenía sus propias posibilidades de expresión, que exigía una profesionalidad diferente a la radial, a la periodística o a la filmación directa de espectáculos. Le interesaba captar la vida cotidiana en las calles y espacios públicos, hacer reportajes y desarrollar géneros propiamente televisivos, que estableciesen un contacto con las audiencias.

Las opciones anteriores eran complementadas con una fuerte postura apocalíptica, referida tanto a la publicidad comercial, como a la producción envasada para TV, especialmente norteamericana.



Es decir, Canal 9 asumió plena y coherentemente la demanda que la sociedad política y la universidad hacían a este naciente medio: cumplir una función neta de servicio público, sin concesiones comerciales y de vínculo con manifestaciones culturales que no hubiesen sido previamente elaboradas o procesadas en la Universidad, siendo su voluntad dirigirse y afectar a la nación en tanto tal.

Este modelo falló muy rápidamente por su base: no se trataba ahora de un aparato de extensión cultural más, sino que de un complejo sistema tecnológico-económico-institucional. Su desarrollo exigía que se le enfrentase como industria cultural, es decir, también como empresa productora, vinculada a una sociedad que tenía la opción de aceptar o no aceptar su propuesta. El no tener resuelto el problema económico por subvención, o al menos al no ser suficiente el aporte realizado por la Universidad, los llevó a la bancarrota económica y a una captación de audiencias muy inferior a Canal 13.

Todo lo anterior condujo a un cierre temporal del Canal, a cambiar de planta de ejecutivos, y a incorporar nuevamente realizadores con sensibilidad para lo audiovisual. Tras insistir en este modelo por cuatro años, a fines de 1964 aceptan que deben entrar al mercado como un requisito para existir y que deben establecer nexos con los intereses comunicacionales de la sociedad, en especial, aquellos que Canal 13 no satisface.

Desde 1964 en adelante, se hace una ofensiva en tal sentido. Se importa material norteamericano y se hacen programas distractivos nacionales, llamados de entretenimiento auténtico y, en la producción nacional se pone el énfasis en sus dos capacidades especiales: la producción dramática a cargo de cineastas como Littin y Soto, y la labor periodística interpretativa, situada en la contingencia política. Los programas periodísticos de Augusto Olivares, Mario Planet, establecen una pauta al respecto. Más adelante, "A ocho columnas" de Carlos Jorquera llevará a su máxima expresión esta opción de Canal 9 por estar presente en el debate político nacional.

Respecto a la publicidad, se redactan y debaten diversos documentos que contienen principios para fundamentar el carácter que ésta tiene como factor obligatorio para la subsistencia, pero

reafirmando la independencia de los criterios de programación manejados por el Canal.

Esta postura dual entre TV de servicio público y comercial, y el hecho de tener que asumir obligadamente esta segunda función como una carga no aceptada, hace que Canal 9 tenga permanentes crisis económicas y administrativas, que no logre capitalizar para renovar equipos, y que por tanto, se mantenga a la zaga de los modelos de producción y programación realizados por Canal 13.

#### *b) El Modelo de la Universidad Católica: el compromiso cultural-comercial*

La Universidad Católica tenía dos características distintas respecto a la Chile: por su carácter privado y de iglesia, si bien mantenía buenos contactos con los gobiernos, temía la hegemonía estatal, y mantenía buenos lazos con particulares (especialmente, familias, empresarios, y fundaciones católicas que colaboraban financieramente con ella). Por otra parte, antes de la Reforma, no tenía un concepto globalizante de universidad, los profesores solían desempeñar privadamente su profesión y asistir sólo a dichas clases, y existían compartimentos-estancos de actividad y planteamientos respecto a la tarea universitaria, gozando los decanatos y áreas de una alta autonomía.

Canal 13 (primero, Canal 2), nació en los Departamentos de Ingeniería, inspirados por principios tecnocráticos y de modernidad, que miraban a EE.UU. como un modelo orientador. La Universidad en tanto tal no asumió este nuevo medio en términos académicos o integrándolo a su quehacer global, sino lo dejó hacer. Siendo el modelo norteamericano un referente activo, interesó a sus primeros directores (el ingeniero Pedro Caraball) recurrió a los profesores y artistas (especialmente de teatro) para llenar su programación diaria pero también incluía seriales y material para TV que contentara a las audiencias. La necesidad de financiar las actividades hizo que tempranamente se incorporara publicidad encubierta.

Tras la expansión de la TV por el Mundial de 1962, que amplió enormemente los receptores, a la Rectoría le interesó desarrollar al máximo dicho medio, y convertirlo así en una auténtica produc-



tora cultural. Encargó tal tarea al Tesorero General de la UC, E. Tironi A., quién implementó un diseño de organización y producción que equiparaba la preocupación por sus necesidades empresariales con las de producción cultural.

De partida, los socios de la Sociedad de TV de la UC fueron un empresario de gran capacidad económica, el gerente de la RCA Víctor en Chile, y el Secretario General de la UC que a la vez era Senador Conservador.

El diseño concebido por Tironi tendía a asegurar la viabilidad del proyecto Televisión Universitaria haciendo todas aquellas concesiones respecto al modelo de Servicio Público que fuesen necesarios para frenar la presión por la TV derechamente privada y comercial.

A los empresarios les dió acceso a la TV abriéndoles la posibilidad de ampliar su mercado a través de la publicidad, lo que a su vez le permitía obtener un financiamiento que liberaba de carga económica a la Universidad, ya que muchos académicos se resistían a compartir el presupuesto universitario con este nuevo medio. A la sociedad política le dió garantías de no inmiscuirse en aspectos de la contingencia, o de respetar la objetividad y el pluralismo. A las demandas de TV cultural y universitaria le dió su espacio de desarrollo, no copando con ella la programación sino satisfaciendo también los requerimientos de la sociedad por una televisión de entretenimiento.

En el plano de la programación, lo anterior se expresó en la política del sandwich: a un programa que captaba audiencias, de entretenimiento y propio de la industria cultural masiva, le sucedía otro de mayor elaboración estética y cultural. Se le atribuía a los públicos masivos una afición por la entretenimiento simple, de gusto poco refinado. Se trataba de bajar dónde están, y luego irlo educando y elevando en su capacidad de apreciación. Asimismo, se pensaba que si un programa de masas lograba captar audiencia elevada, quizás todo ese público se quedaría a ver también aquel programa de mayor valor cultural. De esta manera, se estaría a mediano plazo satisfaciendo el deber-ser de la televisión cultural, pero adaptándose y acompañando a la sociedad en su estadio actual de desarrollo cultural.

En el plano organizativo, se departamentalizó

el Canal (a fines de 1964) en áreas: artística, periodística, educativa y de producción. La primera, realizaba principalmente teleteatros. La periodística, el noticiero y reportajes; la cultural, distinguía entre teleducación mediante clases para público escolar y público general, con programas culturales de profundización, que trataban desde conocimientos especializados, temas históricos, de la naturaleza geográficos, artísticos, científicos, etc...

Paralelamente, se creó una empresa auxiliar independiente, PROTEL, que satisfacía los requerimientos propios de una TV comercial:

- Vendía la publicidad para Canal 13;
- Producía los spots publicitarios de los auspiciadores;
- Importaba las películas para TV especialmente las seriales norteamericanas; y,
- Producía algunos programas de los departamentos o áreas del Canal, y sus propios programas, muchos de ellos, correspondientes a los shows, concursos y otros de entretenimiento.

Como vemos, se trata de un modelo mixto de TV no sólo en su programación cultural-comercial. Lo es también en su estructura de producción; posee una empresa auxiliar independiente, comercial y departamentos y áreas que se mantienen dentro del canal universitario, que profundizan las funciones llamadas culturales, académicas e informativas. Obviamente, ambos espacios se afectan mutuamente y el Departamento de Ventas probablemente presionará al artístico o educativo para que sea más sensible al gusto de la teleaudiencia, y éstos últimos afectarán a los de entretenimiento para que se complejicen en sus formas y contenidos. Pero Tironi intentaba que ambas áreas globales y cada departamento fuesen lo suficientemente autónomos como para desarrollar al máximo su función específica. A su vez, la autonomía relativa que disponía en relación a la universidad en su conjunto le permitía implementar sin interferencias dicho modelo.

Por cierto, tal modelo fue exitoso en términos empresariales y de audiencias, quebrándole de paso a Canal 9 la posibilidad de mantener su proyecto de TV de Servicio Público. El Canal de la Chile se vió obligado a competir con el 13, y así



incorporar tanto las franjas de entretención de material extranjero como la publicidad propiamente tal. Con ello, el sistema resultante no fue lo que la sociedad política le había demandado, pero al existir dicha demanda abierta y explicitada, su dimensión comercial fue entendida como una necesidad de sobrevivencia, y sobre todo, de suplir la grave omisión de la falta de asignación de un presupuesto de operación.

c) *Transformaciones en los modelos originarios por la influencia del contexto socio-político de la democracia cristiana (1965-70)*

En este período, existe una continuidad relativa respecto a los modelos originarios enunciados, salvo tres cambios de importancia:

- i) la influencia del gobierno DC y de los años 60;
- ii) la Reforma Universitaria; y,
- iii) la aparición del Canal Nacional

i) Canal 9 de la Universidad de Chile, y en un contexto de progresiva politización del país (por el proyecto totalizante que proponía la DC, y por su carácter de partido único, que inicia la ruptura del Estado de Compromiso) se va identificando progresivamente como una alternativa de izquierda dentro del campo comunicacional nacional. Activa especialmente, como dijéramos, los programas periodísticos de entrevistas y foros, dando tribuna a la sociedad política. A su vez, cuida y desarrolla la expresividad audiovisual, en especial, en programas dramáticos.

Repunta en parte su audiencia y se acerca a la competencia de Canal 13. Sin embargo, su permanente mala conciencia con la publicidad, lo engorroso de su relación administrativa con la U. que le impide una fluidez en su manejo económico, y su encierro respecto a la Universidad por diferencias políticas (en especial, con la asunción de la DC a la rectoría tras la reforma), hace que se mantenga la crisis de equipamiento tecnológico y financiero que le resta fuertemente capacidad a sus proyectos culturales y programáticos y lo aísla de la sociedad.

*Canal 13* sensibiliza en especial su área educativa a las iniciativas de Promoción Popular.

Asume fuertemente la matriz desarrollista en su labor docente, al realizar programas de capacitación a organizaciones sociales populares a través de los Teleclubs, los que entregaban elementos sistemáticos en el terreno laboral, de educación cívica, de educación familiar, etc., en conjunto con organismos estatales de apoyo social. Los destinatarios principales eran la mujer pobladora y los campesinos.

Paralelamente, la segmentación de la programación por audiencias (niños, mujer, jóvenes, todo espectador, adultos) que se venía implementando en ambos canales desde 1963 aproximadamente, se intensificó aún más. La irrupción de organizaciones sociales, la activación de la sociedad y en especial del poder joven o de los jóvenes en los '60, hizo que la discriminación por estos segmentos fuese muy fina. Ya no se trataba sólo de la mujer: era la mujer dueña de casa, mujer campesina, mujer pobladora etc. En el caso de los jóvenes es notable: Canal 13 distingue más de 6 segmentos de jóvenes: jóvenes entre 14-16 años, entre 16-18, jóvenes por entrar a la Universidad, jóvenes universitarios, adulto joven, etc. Cada programa tiene su público especificado, participa en él a través de foros, público en el set, entrevistas, o sus propias organizaciones (federaciones de estudiantes, colegios, etc.). Suelen ser programas misceláneos: música correspondiente a los gustos de esa edad, psicodramas o sketches dramáticos que plantean problemas a discutir en foros posteriores, juegos, etc. La participación de educadores, psicólogos, médicos, era también frecuente.

ii) Con la Reforma en la UC, la Vicerrectoría de Comunicaciones crea el Departamento de Comunicación Audiovisual, que busca realizar programas y estudios que integren a la Universidad y el Canal.

El DECOA inicia su actividad enfatizando temas de alta cultura (buena música, cine, teatro, artes plásticas), y reemplaza los programas desarrollistas o de educación popular para la integración social con temáticas más globales, que tendían a una formación socio-política referida a los grandes problemas nacionales: razones del sub-desarrollo, el Pacto Andino, los desafíos de la tecnología, etc. El DECOA intentaba realizar más plenamente el ideal de una TV universitaria,



pero se convirtió en una superestructura respecto a Canal 13 por estar fuera de su institucionalidad regular. Fue resistido por muchos funcionarios del Canal que temían que las bajas acentuadas de audiencia que se producían con los programas del DECOA, afectarían la competitividad del Canal 13 y su estabilidad económica-institucional. Canal 13 hacía su entrada a la misma dualidad que caracterizara a Canal 9: oposición entre lo académico-cultural y lo televisivo-sensible a las audiencias.

El DECOA debe rectificar su política cultural, poner más atención a los lenguajes expresivos, a los géneros televisivos que ya formaban parte de los hábitos y gustos de las audiencias, y cambiar su concepto de TV universitaria: no se trata de difundir el pensamiento académico o de alta cultura, sino de tratar cualquier tema y cualquier género desde una perspectiva universitaria.

#### d) *Primer Modelo de Canal Nacional: un nuevo canal en competencia*

Canal Nacional nace fuera de una normativa específica, como un proyecto gestado dentro del Gobierno de la Democracia Cristiana. Su primer impulso fue desarrollista, entendiendo a la TV como un factor de progreso y de integración nacional. Estuvo implementada su infraestructura técnica, e incluso la compra de equipos, antes que su definición de objetivos y de política cultural. La primera declaración de principios de que éste sí sería un Canal cultural educativo, realizando el proyecto fallido de las Universidades, rápidamente quedó postergado.

Frente a un sistema de TV comercial-cultural como el instituido ya por las Universidades, una TV estrictamente educativa dejaría fuera a Canal Nacional de la captación e influencia sobre las grandes audiencias. Opta, entonces, por un modelo similar al ya establecido, con programación extranjera envasada, publicidad y programación propia de índole cultural, educativa y distractiva, para todas los segmentos de audiencia. Su carácter de televisión nacional —que llega monopólicamente a la mayoría del país— no establece diferencia significativa en su programación, que se emite desde Santiago.

Canal Nacional capacita su propio personal, en un curso de especialización en el que partici-

pan especialmente periodistas egresados de la U. de Chile. Esta composición del personal, así como el de los gerentes de producción y programación también recién iniciados en este campo, hace que se renueve la mística de aprendizaje y experimentación que caracterizaron el nacimiento de los Canales Universitarios.

Al interior de Canal 7, se dió la misma oposición que hemos observado en Canal 9 y parcialmente en el 13: entre los culturalistas representados por Calvelo y G. Blanco y los de orientación comercial, presididos por Barzelatto y Matas.

La incorporación de Canal Nacional redundó en una exacerbación de la competencia por la audiencia y los auspicios, al disputarse ya tres canales un mercado pequeño, y con equivalentes armas en la programación. Competencia desigual, ya que Canal Nacional tenía alcance nacional, posibilidad inhibida por el gobierno DC a los canales universitarios, lo que daba ventajas a Canal 7 para comprar material televisivo en el mercado internacional y para contratar publicidad en el país.

Esta exacerbación de la competencia, en momentos de crisis económica y política de Canal 9, lo marginó del sistema, siendo éste desde entonces presidido —en términos de audiencia y desarrollo de capacidad de producción— por Canal 13 y 7.

#### e) *Las autoregulaciones del sistema*

Aún cuando todos los canales, por mucho que pertenecieran a áreas estatales o públicas, superpasaron con creces las directrices establecidas para ellos por el decreto de ley de Ibáñez y la postura del Parlamento en el 63, éstos siempre estuvieron concientes de este mandato, y lo hicieron suyo de una u otra manera.

La ausencia de una normativa específica hizo que, para cautelar estos principios, los directivos de los canales o los jefes de área desarrollaran normas internas, que incluso en ocasiones se establecieron como convenios inter-canales. Es el caso en especial de la publicidad y de los programas periodísticos e informativos.

#### i) Normativa referente a la publicidad

Este es un tema de constante preocupación



para los canales, atentos a que las agencias de publicidad no invadan su facultad privativa de definir sus líneas y la orientación de su programación.

Las normas al respecto fueron variando. Algunas de ellas son:

- Resguardo estético: no se aceptan "jingles" cantados, promoción de artículos específicos o precios. Sólo marcas en general.
- Ningún programa puede ser auspiciado por un cliente: hay independencia entre programas y publicidad.
- La publicidad no puede interrumpir la emisión de un programa unitario, salvo que éste tenga más de una hora de duración. En este caso, se da en un formato independiente y separado del desarrollo del programa.
- Se establecían tiempos máximos de publicidad diaria, que por mucho tiempo fue del 3% del total.

ii) Normativa respecto a los informativos

- Se postulaba el valor de la objetividad y del pluralismo.
- Se evitaba introducir interpretaciones en la noticia. Los textos eran escuetos, y relataban los hechos según diversas fuentes.
- Cuando se introdujeron los comentaristas, se hacía una separación explícita entre noticia y comentario, explicitándose que éste último era una postura personal.
- En Canal Nacional se dió la norma de citar la fuente de las Agencias de Noticias (UPI, Viesnews, etc.) ya que se entendía que éstas no eran neutras.

iii) Normativa respecto a coberturas eleccionarias o foros políticos

En general, los canales establecen un equipo de autoridades representativo de estamentos de los canales, que fijan los criterios de cobertura de los actos eleccionarios y establecen sistemas de control interno. El programa "Decisión 70" de Canal Nacional dispuso una complejísima normativa para dar garantías a cada candidato de trato igualitario.

No obstante lo anterior, llegado el momento de definiciones críticas de las campañas, tanto Canal 7 como Canal 9 sobrepasaron sus normas internas para favorecer a su candidato, introduciendo sesgos con un efecto masificador no logrado por otro medio de comunicación hasta la fecha, y que confirmó la aprensión que desde sus inicios tuvo el sistema político acerca de las transformaciones de las reglas del juego que este nuevo medio podía introducir en este delicado terreno del poder social.

Es por esto que, tras los resultados de la elección del 70, la nueva oposición al gobierno de la UP se apresura a aprobar la Ley de TV como parte del paquete de Garantías Constitucionales negociados con la Unidad Popular para confirmar a Allende como Presidente de Chile.

### 3. Las orientaciones y regulaciones de la Ley de TV N° 17.377 de octubre de 1970

La Ley de TV viene a sancionar modelos que han ido elaborándose en la práctica, en una tensión entre un primer deber-ser de servicio público, y los requerimientos y lógica de un TV inserta de hecho en el mercado, y que opera como una industria cultural.

Esta Ley entonces, por una parte define y sintetiza las orientaciones y valores sostenidos por la TV Universitarias y Nacional, pero también introduce nuevos factores a la luz de la lucha hegemónica que se avecina.

Analizaremos de dicha ley los aspectos relativos a la orientación de la programación y la producción, refiriéndola a las matrices que al respecto elaboramos al inicio de este trabajo.

#### a) *Respecto a los objetivos de la televisión chilena*

En su "declaración de principios", la ley se hace cargo de todas las posibilidades y matrices vigentes hasta ahora en el discurso de los sectores político-intelectuales en relación a la TV, excluyendo la opción liberal de libre mercado, y agregando una especificación que aúna la preocupación por lo nacional y por el desarrollo, en la función iluminista no sólo de la extensión, sino de la crítica.



Las funciones que la Ley le asigna a la TV son:

- *"Comunicar e integrar al país"*. El concepto de comunicación e integración se elabora remitiéndose al optimismo desarrollista respecto al progreso técnico. Se le asigna a la capacidad del medio televisivo de poner en contacto a un emisor central con múltiples receptores, el establecimiento de la comunicación e integración. (La diversidad de fuentes de emisión que requiere una auténtica comunicación e integración de la diversidad nacional no se pone en discusión, en especial, cuando se deja a Canal Nacional el monopolio de la comunicación a nivel nacional).
- *"Difundir el conocimiento de los problemas nacionales básicos y procurar la participación de todos los chilenos en las grandes iniciativas encaminadas a resolverlos"*. La frase "difundir el conocimiento de los problemas" es deudora del iluminismo, en tanto supone que este conocimiento se realiza o está realizado en otras instancias, cabiéndole al medio darlos a conocer a la sociedad, e incentivarla a integrarse a las vías establecidas para su solución. En todo caso, se reconoce que la realidad nacional es problemática, y que requiere de la participación social para enfrentarla.
- *"Afirmar los valores nacionales, los valores culturales y morales, la dignidad y el respeto a los derechos de la persona y la familia"*. También hay aquí una opción por la afirmación de los valores reconocidos en la nación y la cultura, así como de sus componentes entendidos como centrales: la familia y el individuo. Conceptos referidos a un humanismo genérico, no explicitado.
- *"Fomentar la educación y el desarrollo de la cultura en todas sus formas"*. Hay aquí un principio más activo, que a la vez se hace cargo de la cultura como un proceso en desarrollo, que posee una diversidad de expresiones, aún cuando el sujeto activo sigue estando en el emisor televisivo.
- *"Entretener sanamente, velando por la formación espiritual e intelectual de la niñez y la juventud"*. En los artículos pre-

vios, pero especialmente en éste, hay una intención de resguardo respecto a los efectos indeseados de la industria cultural, entretención no sana, deformación espiritual e intelectual, destrucción de valores nacionales y culturales, etc.

- *"Informar objetivamente sobre el acontecer nacional"*. *"La TV no estará al servicio de ideología determinada alguna y mantendrá el respeto por todas las tendencias que expresen el pensamiento de sectores del pueblo chileno"*. En estos enunciados, se enfatiza en términos positivos y negativos un mismo concepto; objetividad y pluralismo vs. estar al servicio de determinada ideología. Es el resguardo y defensa de la democracia en el medio, de una democracia interna a cada canal.
- *"A la TV universitaria le corresponde ser la libre expresión pluralista de la conciencia crítica y del pensamiento creador"*. A la TV universitaria, le corresponde expresar "la conciencia crítica y el pensamiento creador ejercido libre y pluralmente", en la definición más activa de cultura de todo el articulado, si bien ésta está referido más al nivel del pensamiento racional (ilustrado) que a otras formas de conocimiento de la cultura (como la del arte, del pensamiento mágico, etc.).

Es decir, se postula una TV que ejerza una función positiva, de apoyo, fomento e impulso al estado docente y a las dinámicas de constitución progresiva de la sociedad (expansión iluminista y de desarrollo), referido a las bases de la nación: la cultura nacional, los problemas nacionales y en especial, las bases institucionales de ésta, la república democrática.

Por vez primera, se postula como objetivo deseable la entretención siempre que sea "sana" para los de criterio menos formado: niños y jóvenes.

b) *La normativa específica respecto a la programación*

La Ley se pronuncia directamente sobre dos aspectos que hasta ahora fueron tabú para la televisión: la propaganda comercial, la propaganda política y el acceso de la sociedad política a la TV.



- Respecto a la publicidad comercial, ésta es aceptada como forma de financiamiento parcial de los canales. Se limita su efecto determinante en la programación mediante la asignación de presupuesto fiscal directo, que le confiere cierta independencia de los auspiciadores. Se limita su efecto en las audiencias, poniendo un tope máximo de seis minutos de publicidad por hora (10%), siendo acumulable en un máximo de 12 minutos por hora (20%).
- Respecto a la regulación de lo político, por una parte la sociedad política se asegura un acceso equitativo según la correlación existente de fuerza representativa de los partidos en la publicidad (hasta ahora, no había existido publicidad política propiamente tal en la TV), el derecho a réplica de la oposición en relación a las intervenciones del gobierno, y el asegurar un espacio semanal de debate político pluralista (programas de foro político), en cada canal, y un espacio diario de cinco minutos en el noticiario central de cada canal para informar sobre las discusiones y acuerdos parlamentarios.

La ley delega en el Consejo Nacional de Televisión el asegurar el cumplimiento por parte de los Canales de los objetivos generales y específicos, tanto controlándolo como desarrollando iniciativas al respecto.

- El Consejo dictará normas que aseguren el equilibrio de las funciones culturales de la programación televisiva, fijando porcentajes mínimos y máximos para cada una de ellas.
- El Consejo fijará el porcentaje mínimo y máximo de producción nacional y extranjera que tenga la programación, con el objeto de asegurar un porcentaje considerable de producción nacional.
- Vinculado a lo anterior, el Consejo deberá preocuparse del perfeccionamiento de los profesionales de la TV, y de investigar acerca del medio y sus audiencias.
- También será función del Consejo promover y financiar programas de "alto nivel cultural o interés nacional".

#### c) *Quiénes cautelan o participan de esta TV*

La garantía del cumplimiento de los objetivos y normas de la TV radica en su propiedad, restringida al Estado y algunas Universidades<sup>4</sup>. La sociedad civil ha de ser representada por la sociedad política, o por las Universidades que se supone son permeables e interpretan a la sociedad en su conjunto. La ley no se remite al tema de los receptores, ni define políticas respecto a ellos, como tampoco establece articulaciones entre la producción televisiva y otras instancias, circuitos y formas de producción cultural existentes en el país.

#### 4. **Modelos de TV entre 1970 y 1973: su distancia respecto a las orientaciones de la Ley**

##### a) *El Modelo Integrista*

Aún cuando nunca fue posible implementarlo por la dinámica de industria cultural comercial que los canales ya tenían, y que necesitaban mantener para financiarse, en esta época se acentúa la tendencia del Canal 9, y del 13 tras la Reforma, de definir la programación, y en especial, sus contenidos, por un punto de vista particular sostenido por quienes conducen o laboran en el Canal.

En Canal 9, se trataba de apoyar al proceso social en marcha con la UP; en el Canal 13, impulsar los objetivos de la Reforma lo que, en el caso de la televisión, se entendía como hacer la revolución cultural.

Reconociéndose que la distinción entre lo educativo, cultural, informativo, entretención y nivel estético es espúreo, ya que todo mensaje televisivo posee estas dimensiones conjuntamente, se plantea que lo que más interesa destacar es el mensaje ideológico que contiene todo programa de televisión, ya que por estar implícito, suele penetrar en la conciencia social, definiendo valores, costumbres y conductas. De aquí que un Comité de Programación determinará los contenidos deseados para cada tipo de programas, y también seleccionará las producciones extranjeras con este criterio. Habrá una evaluación permanente del resultado de los programas y de su recepción en las audiencias, para poder corregir y reorientar la producción.



Paralelamente, en el campo informativo, se afirma que la objetividad es de suyo imposible, ya que todo discurso supone un punto de vista y representa una posición. Se acepta esta opción como aquella que quiere contribuir a la liberación del hombre y apoyar los procesos sociales encaminados a ello, lo que no obsta a que también se difunda con imparcialidad el pensamiento de otros sectores.

*b) El modelo de las funciones primarias*

Con el advenimiento del P. Raúl Hasbún a la dirección de Canal 13 (1972-74), se desarrolla un modelo peculiar de programación. Se marca y desarrolla de manera nítida cada una de las tres funciones paradigmáticas de la TV, en su asepción más primaria: la informativa, educativa y de entretenimiento.

Le dió importancia central a la función informativa, que desarrolló activamente reportando en las calles y en todo lugar donde la crisis social del momento quedará de manifiesto, asumiendo su lema de ser la voz de los que están en silencio, en una función de relevo de las radios de oposición clausuradas durante el paro de octubre de 1972. La oposición explícita de este Canal a la Unidad Popular en sus informativos, así como la funcionalidad del foro político de "A Esta Hora se improvisa" para la oposición fueron nítidas. La objetividad informativa y el pluralismo, como valor, se vieron aquí también sobrepasados. Se suprimieron todos los demás programas reflexivos, de conciencia crítica y creación libre entendidos como propios de un canal universitario, en especial, la línea completa del DECOA. La función cultural educativa se satisfizo mediante un refuerzo considerable de los programas de teleeducación, de apoyo a la enseñanza formal escolar.

El resto de la programación fue distractiva, con programas de humor, conversaciones amables de temas no contingentes, seriales y envases infantiles norteamericanos.

Tanto la programación informativa y de debate político, como la de entretenimiento pura, fueron jugadas dentro de una planificación de mercado cuidadosa, logrando altísimas teleaudiencias y manteniendo una competencia frontal con los otros canales.

*c) La variedad como resultado de una ausencia de modelo*

Iniciamos estas páginas con un comentario de las disyuntivas que atravesaron a Canal Nacional en este período. La heterogeneidad de sus trabajadores, ingresados en la administración DC y luego en la de Allende, el control ejercido por un directorio plural, con un Director Ejecutivo representando al Presidente Allende, llevó finalmente a la ausencia de una conducta central del Canal.

Los diferentes grupos de trabajo o directores llevaron adelante sus proyectos personales, ya fuesen de orden creativo, político, investigativo, o vinculado a dinámicas de captación de audiencias a través del show o el espectáculo.

Así, junto a programas comprometidos con el proceso, habían otros de experimentación en formas y contenidos, y aún muchos otros que desarrollaban a fondo las posibilidades de la TV como espectáculo, vinculado al desarrollo de la industria cultural y de sus apelaciones masivas. Así, un programa de compromiso como "Radiografía" coexistía con la serial "Balmaceda", con el programa infantil educativo "Ping-Pong", y con "Música Libre", "Titanes del Ring", "Sábados de Gala". Mas esta diversidad no era percibida como un valor, sino como la incapacidad de hacer prevalecer una de las opciones, cada una de las cuales aspiraba a copar a las demás.

A nivel del sistema en su conjunto, la lógica de competencia por la audiencia en los programas de opinión o de información, para así hacer valer la capacidad de persuasión ideológica de cada canal, corría paralela y complementariamente a la competencia comercial. El mayor desarrollo de la industria mundial de material para la TV, la dinamización de esta línea dentro de cada área productiva de los canales, y la necesidad de copar el desfinanciamiento producido por la baja pronunciada de ingresos por publicidad (por el desequilibrio de la relación demanda-oferta en favor de la primera, que convertía en innecesaria a la publicidad para los empresarios) llevó a una TV a la vez exacerbada en su dimensión política y en su dimensión comercial, o de consumo de masas.

En definitiva, nos encontramos con una TV bastante distante a lo que la Ley había prefigurado para ella. Y, en el terreno del pluralismo, si bien



éste no se ejercía al interior de cada canal (democracia interna), al menos podía encontrarse en el sistema en su conjunto (pluralismo externo), ya que el televidente encontraba una variedad de posturas entre ellos.

Pero sin duda, la ubicación de la televisión en manos de las Universidades y del Estado, a pesar de haberse visto obligadas al autofinanciamiento, hizo que se mantuviera viva la identidad y búsqueda de una televisión nacional y aportadora culturalmente. También la sociedad era activa al respecto, y la demanda y el control implícito se ejerció desde distintas instancias e instituciones. Las búsquedas en concretar estas aspiraciones en diversos géneros y formatos fue evidente en especial en el terreno periodístico y dramático. Este último, habiéndose iniciado con la TV como filmación de obras teatrales unitarias, fue encontrando distintas manifestaciones: la serial dramática educativa (El Litre), la serial histórica (Balmaceda, La Sal del Desierto, Manuel Rodríguez), el sketch de situaciones tipo que permitían ser discutidas por jóvenes, padres de familia, educadores; el sketch humorístico-satírico; los cuentos chilenos, cuentos infantiles, etc.

La mayor resistencia que ofreció la televisión y sus audiencias se dió en relación a los intentos de usar a la TV como medio de concientización ideológica, o de transmisión de mensajes o contenidos dados, así como también, la difusión de alta cultura (música, ballet, artes plásticas) sin mayor adecuación de su lenguaje a las características de la televisión. Las polémicas de la época, que intentaban explicar la indiferencia de los receptores frente a estos programas, se remitía o a la fuerza de la cultura dominante y la alienación a que tenía sometida a los televidentes, en el primer caso, o al mal gusto y poca formación cultural de las masas, en el segundo.

Pero la curva constante de todos aquellos intentos por ideologizar o culturizar la programación televisiva terminaba con estruendosos fracasos de captación de audiencia, y con un re-pensar al medio en términos de sus lenguajes específicos, de las necesidades y expectativas del telespectador y de las funciones y capacida-

des de un medio de comunicación que no puede intentar suplir las dinámicas que no existen en la sociedad misma, ni tampoco generar un cambio cultural desde la emisión centralizada de mensajes que conectan a los individuos mediante señales electrónicas. En ello, había una sobreválora del medio, desde una fe que nos recuerda la confianza de McLuhan en formar la aldea global desde los medios, a discursos actuales de los defensores de la telemática que van en la misma dirección optimista.

## 5. **El Modelo Comercial-Autoritario del Gobierno Militar**

Tal como en los períodos anteriores, la televisión y sus modelos van teniendo la fisonomía de los procesos que ocurren en la sociedad global, específicamente, en el estado y las universidades. Esquemáticamente, podemos decir que son dos sus matrices centrales:

a) El reemplazo de la sociedad democrática por el autoritarismo se manifiesta de inmediato en la censura periodística y de toda expresión cultural vinculada al pasado democrático, de la autocensura por los límites inciertos y aleatorios de la primera, y por la clausura del espacio televisivo a los rostros, voces y colores de quienes disienten con el sistema imperante.

Este factor ha tenido diferentes matices a través de los últimos trece años y de hecho convierte a la televisión en una promotora de la única postura política capaz de manifestarse explícitamente: la del gobierno. Ello es ostensible en Canal Nacional, pero igual se manifiesta en los canales universitarios, en razón de la intervención en las universidades y del control de DINACOS<sup>(\*)</sup>. El sistema monopólico de Canal 7 legado por el gobierno DC en estos momentos manifiesta su centralismo implícito, y la importancia de la existencia de diversos canales de emisión. Por ello, los esfuerzos de expansión realizados por Canal 13, 11 y 5, son importantes por la cuota de diversidad que pudieran aportar (5).

Al estar vedada la manifestación y discusión

(\*) Dirección Nacional de Comunicación Social



plural de ideas, todos aquellos géneros periodísticos que se habían desarrollado extraordinariamente en el período previo, como los foros, entrevistas (impertinentes o no), reportajes de problemas sociales que redundan en lo político, han desaparecido de las pantallas. La dificultad que encuentran los productores y directores de programas en vivo para seleccionar sus invitados es agobiante; reconocen como temas tabú de tocar el de los derechos humanos, la presencia de los jóvenes y sus demandas, lo político-contingente y la crisis social y económica. De aquí que los géneros documentales o culturales desarrollados suelen remitirse a un folklore cristalizado, a la geografía natural de Chile (no a la social), y a lo pintoresco o extraordinario del mundo popular. Los foros han sido reemplazados por conversaciones o tertulias, o por el tratamiento especializado de temas vinculados a la calidad de vida de la población (salud, ecología, psicología, etc.) tratados por autoridades legitimadas en circuitos de alta cultura no disidentes.

b) A la adopción del modelo económico de libre mercado que implica el autofinanciamiento de las empresas estatales (concebido como un valor y no como una necesidad), se debe agregar la supresión de la demanda, desde los órganos directivos de la TV, de lo cultural ya sea en su perspectiva iluminista, desarrollista o de promoción de lo nacional vista anteriormente. Es la manifestación del término del modelo del Estado Benefactor (Welfare State) que termina con la intervención estatal directa, para dejar en manos del mercado (y del capital) la iniciativa.

El resultado es una TV básicamente comercial, cuya relación con los auspicios —y por tanto—, con la cuantía de la teleaudiencia, es de mutua dependencia. La exacerbación de esta dimensión lleva por una parte a variar apreciablemente el equilibrio de las funciones comunicacionales que caracterizaron a nuestra TV, llegando la función entretenimiento a constituir el 87% de la programación total en Canal Nacional en 1982, siendo que antes de 1973 ésta oscilaba entre el 50 y el 60% de la programación total. Fenómeno similar ocurre en Canal 13, cuya programación de entretenimiento va de un 70 a un 80% en los años 80, coincidente con el boom económico.

Los ingresos obtenidos en este período

también son inéditos: (6), los que permiten una reposición tecnológica notable de la infraestructura de producción. (Paralelamente, el desarrollo de la producción publicitaria permitió también el equipamiento de numerosas productoras de cine y video en el área independiente). Las nuevas instalaciones del 13, la reconversión a color no tan tardía en nuestro país, las posibilidades de movilidad y descentralización de la producción que aporta el video, etc..., son expresión de ello.

No sólo el modelo de TV de servicio público del estado benefactor hace crisis, sino el modo de producción centralizado que lo acompaña, en que en el caso de la TV, se aúna producción con exhibición y programación en un sólo ente: el Canal de TV. La nueva tecnología introduce una revolución en este campo, al permitir descentralizar las anteriores funciones, teniendo por consecuencia una transnacionalización diversificada de la producción y la emisión. En Chile, el sistema de los canales "productores-programadores-emisores" aún subsiste, pero día a día es flexibilizado por la aparición de productoras independientes que los alimentan (KV, Ravani y Pedreros, etc.), o por productores y circuitos de TV alternativos, aparte de la progresiva masificación de los video-reproductores.

Estos embriones de diversificación presionan sobre el sistema centralizado y lo obligan a aumentar su eficiencia en la producción (industria de la telenovela) y a pensar en mercados internacionales para la producción nacional, lo que las hace incluirse en modelos standarizados del consumo comercial de la TV masiva (de la TV latina en EE.UU por ejemplo).

Si analizamos estas transformaciones con los criterios duales que prevalecieron en la década del 60 e inicios del 70, esta situación no puede menos que provocar escándalo al ver que los dos ejes centrales que quisieron ser garantizados y controlados respecto a la TV se han desbordado: la prescindencia política total, o su control para asegurar el pluralismo, por una parte, y el control a la TV comercial y publicitaria para asegurar una TV cultural por otra.

Sin embargo, el funcionamiento de este otro polo ha dejado entrever algunas reflexiones necesarias de ser recuperadas en vistas al establecimiento futuro de una televisión democrática:



i) El reconocimiento de la sociedad como un factor activo respecto al mensaje y a la programación televisiva, que lo complejiza y lo obliga a establecer algunos nexos, aunque sean simbólicos, con su forma de vida y sus necesidades expresivas y comunicativas. En relación al contenido de la propaganda gubernamental y de la exclusión de posturas significativas de la realidad de la televisión, es claro que el receptor activo tiene una capacidad de discriminar y confrontar su experiencia diaria con lo que se le presenta en la TV. Los tiempos en que la TV era el espejo de la realidad per-se, y que se asumía como prueba de realidad han pasado, ya que el espectador reconoce los códigos de la TV y desarrolla una perspicacia y sospecha respecto de él (7). Estudios cualitativos de audiencias de programas de foros como "Almorzando en el 13" han demostrado que el telespectador percibe claramente cuando entre los participantes no hay verdadera representatividad de opiniones, cuando el conductor favorece alguna opinión específica, cuando se rehuyen ciertos temas, etc. Por otra parte, la existencia de una radiodifusión plural y crítica que hoy concentra en sus noticieros matutinos las más altas audiencias, hace que las audiencias de las telenoticias vespertinas sean formadas por los mismos sujetos, en muchos casos, que están complementando información o aprovechando la cualidad audiovisual del medio (importante en las noticias internacionales, por ejemplo). Por tanto, las posturas apocalípticas que temen efectos manipuladores directos se ven relativizadas con estas observaciones. (De paso, se revitaliza la valoración de una información plural y diversa en TV, valor que se vió perdido en la época de los modelos integristas tras la Reforma Universitaria y durante la UP).

ii) El modelo de mercado, si bien tiende a la homogenización de las programaciones entre los canales por la lógica de la competencia (best-seller contra best-seller, etc.), también ha exigido una profesionalización de los realizadores y administradores de la TV, la que es esencial para el estado actual de desarrollo del medio en el mundo moderno. Profesionalización que ha encontrado un cauce de desarrollo más por el preciosismo técnico y la reducción de los diversos géneros al formato de espectáculo (el show de las noticias y el boxeo en locales de café-concert) que

en un desarrollo integral, al profundizar en puntos de vista y perspectivas culturales renovadas, que descubran un lenguaje o una forma que lo manifieste.

El mercado no ha tenido un funcionamiento libre por la censura a ciertos contenidos, pero los que efectivamente se difunden muchas veces son metaforizados o recodificados por el espectador, convirtiéndolos en un medio de reflexión crítica acerca de su experiencia social y cotidiana(8). Por otra parte, el variado espectro de temas y formas que no tocan explícitamente lo político y que forman parte de la experiencia cotidiana de la sociedad como la música popular, la moda, el lenguaje, la ciencia, el amor, se hacen presente de diversas maneras, ya sea en la telerie brasileña, como en la catarsis colectiva de la TELETON, que reconoce el dolor oculto y la exclusión de muchos, rescatando el valor de la solidaridad con el impedido, o en el sueño de los barrios populares de Sábados Gigantes.

Es decir, aún cuando la TV tiende a homogenizar, a estandarizar, a construir un mundo de diversión a-problematizador, a vincularse con el jet-set internacional de la canción y del espectáculo, no puede dejar de establecer resonancias con lo real del país, so pena que se empiecen a apagar más y más televisores, con gente saturada por ésta. Así la innovación y la sensibilización con la sociedad es un prerequisite para el funcionamiento de una TV comercial. La demanda por los programas de producción nacional sobre los envasados manifiesta una necesidad de establecer alguna conexión de identidad con la pantalla; la inclusión en Sábados Gigantes, junto a la publicidad abierta y los modelos de niños-adultos del bloque infantil, de espacios típicos de servicio público y de participación de la platea, son indicadores de una permeabilidad básica de la TV, por muy comercial que ésta sea.

Por otra parte, la complejización creciente de la sociedad hace que ésta ya no pueda concebirse como una masa indistinta, sino por sub-grupos de identidad e intereses compartidos. Esta segmentación tiende también a manifestarse en la producción y programación televisiva, que va reconociendo y apelando a estas verdaderas sub-culturas. De hecho canales que se encuentran situados marginalmente de la gran competencia,



como son el 11 y el 5, han ido buscando maneras de encontrar ventajas comparativas respecto a estas audiencias más finamente segmentadas. Por cierto, en este régimen, dicha segmentación atiende más las especificidades de la amplia clase media que la de los sectores populares, por no ser éstos últimos interesantes para los auspiciadores comerciales. Es una diferencia obligada, no valorada.

iii) Una mención aparte merece el desarrollo que en este último tiempo ha tenido el espacio Teleduc, que ha logrado resolver de modo creativo y con lenguajes vivos en la sociedad, el permanente desafío enfrentado por la TV chilena de satisfacer el objetivo de la Teleducación. La relación con los académicos de la Universidad que aportan los contenidos y su transposición a un lenguaje audiovisual altamente televisivo resuelve la tensión histórica entre academicismo y hábitos de percepción televisivo de las audiencias. La definición estricta de objetivos, el material de apoyo escrito y los sistemas de evaluación empleados, manifiestan las posibilidades complementarias que existen entre la investigación en las ciencias de la comunicación, la pedagogía y la producción televisiva.

Es esa falta de afán investigativo de los realizadores de la TV, de reflexión sobre sus objetivos y sus formas de expresión, uno de los mayores retrocesos experimentados en los grandes cuerpos de profesionales de la TV que laboran dentro de los canales, como también la ausencia de espacios de formación integral de estos comunicadores como lo fuera otrora el visionario proyecto de la Escuela de Artes de la Comunicación de la Universidad Católica.

## **6. El Proyecto de Ley de TV del Régimen Militar**

Ya se ha convertido en una constante en nuestra historia de la televisión que las legislaciones queden superadas por las prácticas televisivas, más permeables a los modelos globales de sociedad y a sus condiciones de producción que a las disposiciones establecidas acerca de ella. Y, desarrollándose en la práctica modelos diferentes a los dispuestos, viene a sancionarse esta situación en términos legales una vez que ésta se

ha configurado, acentuando dicha ley ciertos elementos que en ésta eran incipientes.

Es el caso de la Ley del Consejo Nacional de Radio y Televisión dada a conocer a la opinión pública por la Comisión de Estudio de Leyes Orgánicas Constitucionales en Julio de 1986. Este proyecto ratifica, exacerbando sus características, el modelo de TV no-democrática en lo informativo, y comercial en su programación general.

Aparte de las atribuciones para sancionar y clausurar a los medios que posee el nuevo Consejo Nacional de Radio y Televisión, integrado en su mayoría por personeros de gobierno, cambia radicalmente el espíritu de la Ley anterior, al anular todas aquellas disposiciones que promovían, encauzaban y normaban la programación televisiva con el triple objetivo de que cumpliera una función iluminista y de promoción del desarrollo, que reforzara la presencia de la producción nacional y la participación de los artistas y comunicadores chilenos en la programación, y que asegurara una presencia equilibrada y pluralista a la sociedad política, contribuyendo el medio a la educación cívica y a la información objetiva para que la sociedad pudiese así ejercer su función de control democrático.

Esta ley suprime todo el articulado que define los objetivos de la TV chilena y universitaria, por lo cual queda al arbitrio de cada estación emisora definir sus objetivos. Se suprimeren, por tanto, todos los principios correspondientes al servicio público y al pluralismo informativo. Asimismo, se suprimen todos los artículos que orientaban la distribución y equilibrio de las funciones comunicativas: libertad de tiempo para la exhibición de publicidad, como también, el Consejo ya no tiene atribuciones para fijar proporciones requeridas de información, cultura, educación, programas infantiles, etc. Finalmente, todas aquellas disposiciones que protegían la producción nacional quedan derogadas: proporción mínima de producción nacional, obligatoriedad de realizar la publicidad por productores chilenos, participación regulada de artistas nacionales y del espectáculo en la programación, doblajes de material importado realizado por locutores o actores nacionales, etc.

Por último, se suprime la obligación de los canales de aportar espacios de discusión plural de los diferentes partidos o sectores de opinión, y la



información de las actividades de los parlamentarios.

Sólo subsisten reglamentaciones genéricas; respetar las buenas costumbres y no dañar a la juventud (ambos conceptos abiertos). Respecto a la propaganda política, se regula su distribución en períodos electorarios que, en caso de Plebiscito, favorece a quien lo llama.

Como vemos, una televisión entregada totalmente a las regulaciones del mercado, cabiendo la posibilidad de un Canal que solamente exhiba publicidad y envasados (como de hecho lo está haciendo el Canal 9, 2<sup>a</sup> Señal de TV Nacional).

Asimismo, permite un sistema de producción transnacionalizado, que produzca cada insumo necesario para el programa en aquellos países o lugares que sea más rentable y eficiente para el productor.

A su vez, el control social queda imposibilitado jurídicamente, ya que no hay valores ni objetivos respecto a los cuales se les pueda pedir cuenta a los responsables de las emisiones. Se abre también la posibilidad de dar concesiones a sistemas de recepción cerrada (cable o microonda), con lo que las emisiones escapan a la tuición de las Universidades y del estado mantenida hasta ahora.

El modelo es claro y coherente con la fase del capitalismo mundial que se vive en esta década, con el auge del neo-liberalismo, y con la descentralización, internacionalización y segmentación de la producción y circulación de los productos (culturales).

## 7. Desafíos para el futuro

La experiencia histórica de nuestra televisión manifiesta una serie de constantes que es necesario tener en cuenta para enfrentar los desafíos de su democratización.

a) Por una parte, se constata una falta de correspondencia entre cómo se piensa a la TV y se la demanda desde los poderes públicos o cuerpos directivos (en tanto política cultural normativa) y su política cultural real (en tanto modelos de programación fácticos).

Hay una parte (no mayoritaria) de la programación que mantiene (o mantuvo, hasta 1973) una sensibilidad alerta al entorno sociopolítico y al "ethos" cultural predominante en las clases dirigentes, respondiendo de diversas maneras al mandato de servicio público establecido para el medio. Pero una parte progresivamente superior de la programación responde al dinamismo de la industria cultural, especialmente de la transnacional, y a los requerimientos del sistema publicitario-comercial, en relación a la competencia por la sintonía. Las especializaciones profesionales y la estructuración de los sistemas de producción y administración reflejan este hecho.

Lo que sí quedó en evidencia fue que, dadas las reglas del juego establecidas en el sistema, aquellas políticas de los canales que sólo privilegiaron el primero de estos términos, postergando la dinámica industrial y de mercado, condujeron a la crisis operativa y comunicacional de las estaciones, por lo que si los sistemas de propiedad y financiamiento permanecen constantes (financiamiento publicitario sin subsidio), sólo un equilibrio entre ambos términos es factible. De aquí que las políticas culturales o normativas que expresen el "deber-ser" de un medio o del sistema deben incluir esta dimensión, no a través de un juicio de valor, sino como una realidad que hay que aceptar y regular.

b) Otro elemento que se desprende del análisis es que el sistema en su conjunto, y específicamente cada canal, posee una carga de tradición institucional importante, que le confiere una idoneidad y una regularidad a sus rasgos institucionales. Ello le otorga una relativa rigidez a sus posibilidades de transformación, y por otra parte, potencia ciertas posibilidades específicas de desarrollo. Toda propuesta de cambio que no sea revolucionaria (y los pronósticos políticos para Chile en el período próximo no van por ese lado) tiene que incluir esta relación entre continuidad institucional e innovación, como también un equilibrio de éstos con la propuesta cultural y el modo de producción (9).

c) Un aspecto fundamental a ser reflexionado es la tendencia de las áreas periodísticas de los canales —en especial, de los noticieros— a convertirse en voceros de una posición política



unilateral, como también a entender esa área como una de lucha por su control. Al optar por un periodismo militante, propio de la prensa escrita o de la radio, en un medio cuya diversidad de canales es restringida, se sobrepasa el valor del pluralismo y de la expresión democrática de los diversos sectores sociales en la TV. De aquí que la normativa o institucionalidad definida por los propios canales para asegurar el pluralismo interno en los medios, ya que las normativas legales han probado ser insuficientes, es fundamental. Este hecho pasa, por cierto, por la renovación en el país de los modos de hacer y concebir la política, y por una auténtica convicción del valor de la democracia en este campo.

d) Asimismo, pareciera necesario re-conceptualizar lo que se entiende por "lo cultural" en medios masivos. Hasta ahora, los diseñadores de políticas han solido manejar lógicas dualistas de interpretación de la cultura, oponiendo términos como verdadero/falso, propio/ajeno, nacional/extranjero, cultural/comercial, integradora/desintegradora, o bien alta cultura, media y baja, o programas que educan, informan o entretienen. Al enfocar así la producción cultural, se polariza también el eje de la toma de decisiones, ya sea desde la conducción iluminista, de raíz culturalista o política que le niega crédito a la respuesta o requerimientos de las audiencias, o su contrarreacción: concederle al mercado la conducción total de las decisiones de programación.

Un enfoque más acertado es aquél que reconoce en cada género o expresión televisiva una lógica y raigambre cultural propia, que le confiere sentido y valor para ciertos públicos. El desafío es, entonces, complejizarlos estéticamente y en su capacidad comprensiva del fenómeno que expresa, arraigándose para ello en las mejores fuentes de elaboración cultural.

El reconocimiento de la recepción activa que se ejerce desde la sociedad, mediante la cual el espectador resignifica los mensajes según su

propia visión del mundo, es también un factor esencial que permite superar los dualismos a que aludíamos.

e) Cómo mantener vigentes, revisar o transformar los conceptos tradicionales de TV cultural y de servicio público en este nuevo contexto mundial y nacional que va del modelo del Estado Benefactor al del neo-liberalismo, parece ser el gran desafío. Sería adecuado revisar el rol de un estado interventor o definidor de contenidos, para poner atención preferente más bien en sus capacidades de estímulo, en la sociedad misma, de la producción variada y de la generación de demandas múltiples fundadas en prácticas culturales activas.

Ello pasa por asegurar los mecanismos de acceso y participación social en la conducción global del sistema, que factibilicen el ejercicio de un pluralismo interno a cada canal emisor, y a la variedad cultural tanto por su procedencia (geográfica, de sub-culturas) como estético-expresivas. La capacitación profesional de los realizadores, así como las relaciones de trabajo que se establezcan, son decisivas para lograr dicho objetivo.

f) La pregunta clave es, entonces, desde el punto de vista de las políticas culturales nacionales relativas a la televisión, qué aspectos hay que cautelar o regular, cuáles hay que promover y cuáles deben ser dejados a la autorregulación referida al mercado y al sistema social, en el entendido que este último va a estar viviendo sus propios procesos que redefinen la relación de la sociedad con el ámbito cultural.

Por último, bien vale dejar establecido que no es posible el establecimiento y desarrollo de una sociedad democrática sin un paralelo desarrollo integral y una complejización de su campo cultural global. El sólo cautelamiento o ejercicio de lo explícitamente ideológico-político es una aproximación limitada y espúrea a esta problemática.



## NOTAS

- (1) Este trabajo abordará esquemáticamente los puntos anteriores en atención a la disponibilidad de tiempo; estos y otros aspectos de este tema se encuentran desarrollados en un trabajo de mi autoría, próximo a publicarse en CENECA: "La Televisión Chilena en la Democracia: 1959-1973".
- (2) Nos referimos al Decreto emitido al final del gobierno del Ibáñez (Decreto Nº 7.039, Oct. 1958).
- (3) De allí que saliera al aire casi un año después que la UC: no bastaba con tener los equipos transmisores, era necesario para ellos contar con una política cultural clara al respecto.
- (4) La Ley da al Estado un rol de gestor, orientador, cautelador, y promotor de la cultura (nacional) y de la institucionalidad democrática.
- (5) Estudios recientes realizados por la Asociación de Académicos de la UC y por ILET han demostrado que Canal 13 exhibe similar proyección de noticias de gobierno que Canal 7. Su diferencia específica es la cobertura de información de Iglesia, específicamente del Cardenal Fresno, y su preocupación por los casos, vistos en los tribunales, que afectan a demandados por la Ley de Seguridad Interior del Estado.
- (6) 11.053.200 UF en 1981, por concepto de publicidad, para todo el sistema televisivo.
- (7) Véase resultados de experiencias de recepción activa realizadas por CENECA y Centro Bellarmino.
- (8) Es el caso, por ejemplo, de la telenovela La Madrastra, que fue leída como un caso de recuperación de la justicia por una prisionera acusada injustamente de un delito e impedida de vivir en su país con su familia.
- (9) El modo de producción incluye tanto las condicionantes económicas, como las relaciones de trabajo, el espacio creativo y la profesionalidad.



## COMENTARIOS A LA EXPOSICION DE MARIA DE LA LUZ HURTADO

MANUEL ANTONIO GARRETON (\*)

Primero debo señalar que no soy un especialista en el tema de la TV ni profesional ni privadamente, por cuanto no veo TV y trato de que mis hijos tampoco lo hagan.

Voy a intentar, desde un punto de vista "iluminista", de desarrollar cuatro comentarios breves.

Lo primero que quisiera señalar en relación con la exposición, es que creo que hay un problema en la conceptualización respecto a lo que se llama "modelos de programación". Mi impresión es que en muchas partes del texto —no en todas— el concepto de modelo está tomado de una construcción a partir de la intencionalidad o de los textos que estaban escritos, más que de un modelo fáctico, o sea, lo que realmente resultó. Esto puede inducir a errores, porque puede sesgar el análisis para uno u otro lado.

Estimo que más bien convendría distinguir entre proyecto y modelo. El proyecto es lo que está en un texto, la intencionalidad, las ideas. Y modelo es estrictamente la construcción que uno hace a partir de contar los minutos dedicados a tal y cual cosa y éste es el resultado. El modelo es una construcción que hago a partir de los datos. En algunas partes está bien explicado el modelo y en otras partes más bien se pasa a un análisis que es casi puramente de intenciones.

Por ejemplo, se afirma en un determinado momento que los modelos ideologizados o monolíticos mostraron su fracaso porque perdieron totalmente el favor (o rating) de la teleaudiencia.

Eso está fundamentalmente pensado en términos del período 70-73, con lo que fue el Canal 9 y posteriormente el Canal 11.

Con toda franqueza, si uno toma las definiciones explícitas del Canal 9, evidentemente va a encontrar allí un modelo ideologizado, pero paralelamente si se observa el contenido del Canal 13, uno concluye que no había nada más ideologizado a pesar de lo cual aumentó su teleaudiencia. Por lo tanto, el uso del concepto de modelo, indiferenciadamente ya sea para referirse a construcción de intenciones o a lo que es fácticamente la programación, conduce al tipo de errores ejemplificados.

Resulta que, en el caso del Canal 13, lo que había era una ideologización que daba toda la idea que no lo era. Pero, no diría que el Padre Hasbún —con todo respeto— es un modelo de pluralismo y de no ideologización. En tal sentido, me interesó la última parte, donde me pareció encontrar un mayor uso de los datos concretos respecto a cuánto se dedica a entretención, etc. Esa es una primera observación de tipo metodológico.

La segunda observación, se refiere a un hecho muy general; y que es válido para todas las instituciones de este país y que la lectura del texto lo muestra así: la tremenda debilidad institucional y la fuerza que tienen los procesos políticos y sociales para arrasar con instituciones.

(\*) Sociólogo. Profesor e investigador de FLACSO.



Mi impresión —por lo que nos dice el texto— es que había muy poca densidad televisiva; la institución televisiva era muy débil, como era muy débil la institución universitaria, pese a lo que creíamos, como eran muy débiles casi todas las otras instituciones. Desgraciadamente parece que había sólo una institución relativamente fuerte porque, incluso como se ha comprobado, la institución judicial en Chile no existía. La historia nos ha demostrado que en Chile había dos instituciones: la Iglesia y “la otra”.

Una cuestión que considero fundamental es la defensa de la densidad institucional que en este caso habría que ver cómo se aplica a la TV. Dicho de otra manera, en este país no había clases sociales, no había instituciones; había política. Y eso era lo que de algún modo construía y afectaba todo. Y la única defensa posible frente a eso es la construcción de densidades institucionales.

La tercera observación es una reflexión a partir del texto y confieso que me sorprende respecto a cosas que había pensado antes. Es realmente importante el momento fundacional en una institución. Y, en ese sentido, la idea de una televisión universitaria y estatal sigue siendo una idea absolutamente rescatable, más allá de las materializaciones existentes.

Me parece extraordinariamente interesante y me lleva a afirmar lo siguiente: “no es lo mismo al final una TV universitaria o estatal comercializadas que una TV comercial”.

Lo anterior tiene un gran efecto para la programación. Hay dos argumentos a favor de esto: uno, el que se nos da en el texto, y es que el hecho de haber fundado la TV nacional y universitaria creó una especie de compromiso cultural, que hacía que todos tuvieran una suerte de mala conciencia respecto a la comercialización, aunque de repente se abriera, pero había que tener resguardos. Este principio operó como un tábano permanente. Incluso en los peores momentos que se pasó, operó como un tábano correctivo. Mi impresión es que allí hay una idea que hay que defender: que la TV es un servicio público, que tiene un aspecto educativo y lo educativo implica la entretención. Todo esto que se llama “iluminismo” ha jugado un rol muy positivo que permanentemente estuvo presente. Uno podía criticar al otro en términos de tal principio.

La segunda cosa importante para el futuro, es que este principio facilita la reconstrucción del sistema televisivo chileno, porque si hubiéramos tenido un sistema estrictamente de televisión privada comercial, su reconstrucción hubiera sido prácticamente imposible, pues habríamos necesitado una revolución al respecto y creo que de revoluciones estamos todos cansados.

Hay una posibilidad dada en esta idea fundacional. No sólo esto jugó a favor de tener una televisión distinta —con todas las críticas que se le puedan hacer— sino que también permite su reconstrucción posterior, en la medida que uno supone que cuando haya un régimen democrático en este país, eso va a pasar también por un cambio en el sistema universitario dirigido hoy por militares. Es mucho más fácil un sistema racional de reconstrucción del sistema televisivo dada la herencia del modelo fundacional. Por lo tanto, de algún modo es un elemento de continuidad, un aspecto que debe ser valorado cualquiera sea la opinión que uno tenga sobre cómo, en concreto, se ha desarrollado la TV.

Eso implica que deberá haber una “negociación” entre el poder comercial y el “poder cultural” a partir de ciertas reglas del juego. Si hay proporciones de programas, tipos de franjas, tipos de horarios, pluralismo garantizado —a nivel nacional— puedo entonces ubicar el problema de la negociación con el poder comercial en términos mucho más fáciles y que no afecten necesariamente el contenido. Eso supone que se presenta una especie de bloque donde se elimina lo que en la teoría del juego se llama el “free rider”, aquél que negocia por su cuenta en desmedro de las reglas colectivas.

Hay ciertas cosas que debieran plantearse respecto de la TV, como por ejemplo que tiene que ser financiada; así se obliga a que la competencia sea por calidad. De tal modo se resguardan cierto tipo de horarios, cierto tipo de franjas, cierto tipo de campañas televisivas, que a la comunidad en determinado momento pueda interesarle. En el fondo, se trata de plantear la idea de un mercado más acotado y donde la competencia intercanales sea por calidad y no por otras variables.

En segundo lugar, uno de los problemas que enfrenta la TV en materia de programación, es aumentar la capacidad de la gente que hace TV,



independientemente de lo que haya sido su materialización. Dudo que en materia de reforma educacional haya una institución mejor, más fundamental, que el Centro de Perfeccionamiento del Profesorado. Uno puede criticarlo. Pero la idea de una institución que se dedica a la información, al perfeccionamiento por encima de la función de los pedagógicos, es fundamental. Este es un país que adolece enormemente de periodismo investigativo. El periodismo es extremadamente débil al respecto. Es necesario crear algunas instituciones donde se forme, a nivel nacional —independientemente de los institutos privados— a la gente que trabaja en TV.

En tercer lugar, la existencia de regulaciones nacionales de franja que aseguren que la competencia sea por calidad y no por tipos de programa. Es un error hacer competir un programa cultural con uno de variedades. Tiene que haber franjas que pueden ser variables por períodos, variables año a año, etc.

En cuarto lugar, hay que asegurar la competencia por calidad, vinculando la creación artística-cultural en la TV; eso implica, a nivel de investigación en ciencias básicas, en Ciencias Sociales, la utilización del sistema de concursos. Tiene que haberlos para programas, de productores, que compitan las empresas de productores,.

que compitan los artistas, etc. No estoy hablando de concursos "para entrar a la planta", asunto también necesario, sino que me estoy refiriendo más bien a concursos de programas.

En último lugar, hay un tema que lo voy a dejar enunciado: se refiere a la labor que deberá jugar la TV en lo que se refiere a la transparencia de los procesos políticos futuros, tanto a nivel de lo que ocurre en los partidos políticos, como en el Parlamento. Ahí hay una labor fundamental que no se limita a los foros que reproducen el debate que se encuentra en la calle. Hay una labor de educación cívica, mucho más amplia y profunda.

En definitiva, estimo que hay que pensar más allá del Consejo Nacional de TV. Hay que pensar en un Instituto Nacional de TV encargado de la formación, la experimentación, la investigación en TV, la promoción de determinado tipo de gustos, de programas, y encargado a su vez de regular este sistema de concursos de programas.

En otra palabras, estoy por un claro aumento del sistema de regulaciones nacionales que permitan competencias por calidad, donde los criterios generales sean regulados a nivel nacional. En ese sentido no puedo estar más distante de las orientaciones que la nueva ley plantea y pretende imponer.



Voy a hablar más como telespectador que como persona ligada a la televisión. En primer lugar, respecto al estudio de María de la Luz Hurtado, siento que es interesante que transcurridos más de 20 años de TV se haga un recuento y se medite sobre los pasos seguidos en este desarrollo, más aún cuando estamos enfrentados a un cambio tecnológico muy evidente que va a traer aparejada una enorme cantidad de consecuencias en relación con el estado de la TV tal como actualmente la conocemos.

Otro asunto interesante de señalar —y aquí opino como persona que ha trabajado en la TV— es que los trabajos que se han realizado sobre la TV en la mayoría de los casos han estado tremendamente desligados en términos del lenguaje al fenómeno de trabajo que se hace al interior de los canales. Tal hecho a la larga, termina desorientando a todo el mundo: a los realizadores porque pierden un aporte intelectual y a quienes estudian el fenómeno de la TV porque las influencias que tienen tales trabajos suelen ser bastante limitadas

Respecto al trabajo de María de la Luz Hurtado, quiero centrarme en una de sus conclusiones. La considero bastante interesante y en algún punto se junta con lo que acabamos de ver. Leo textualmente: "La TV no puede dejar de establecer resonancias con lo real del país, so pena que se empiecen a apagar más y más televisores. Así, la innovación y sensibilización con la sociedad es un pre-requisito para el funcionamiento de la televisión comercial".

Quisiera extender la última afirmación. La TV, no la tenemos con adjetivo comercial o no. Simplemente, una TV que está desligada de la sociedad donde está inserta, tiende a apagarse. Y aún cuando en medios intelectuales la palabra "rating" (o porcentaje de sintonía) con frecuencia suele "parar los pelos", la experiencia indica que cuando no se atiende a eso, simplemente se fracasa.

Quisiera dividir esta conclusión en dos partes: la primera, la TV y su conexión con el mundo; la segunda, el problema de la innovación en la TV. Respecto al porcentaje de teleaudiencia y su conexión con el mundo, es como si en la situación que estamos viviendo en este momento se convocara a un simposium y en vez de 50 personas llegaran dos, algo no anduvo. O el tema no fue relevante al público que estaba originalmente destinado, o las cosas no caminaron desde el punto de vista de la comunicación.

En la TV pasa lo mismo respecto de un programa en particular: si no se logra interesar a la audiencia a la cual va dirigido, significa que el programa falla. Lo mismo ocurre para la programación en general. De ahí que mirar los resultados en términos de porcentaje de audiencia, si bien es una medida que tiene límites y que muchas veces se presta para abusos, es necesaria porque al final se concluye en lo siguiente: cuando la convocatoria que se hace a través de un programa de TV no resuena en el público, quiere decir que se está tratando de "meter algo" en la realidad, que no está previamente latente. Y es

(\*) Licenciada en Filosofía. Master en Comunicaciones. Ex-directora de Teleduc (TV 13).



aquí en donde me asaltan los escepticismos del poder de la TV. No se puede fabricar desde ella lo que no está latente en la realidad.

Es por ello que concuerdo con la otra conclusión respecto a los programas cuyos intentos son ideológicos. Lo que ocurre es que cuando se intenta una actitud de manipulación, o sea, transformar todo en cultura —lo que yo puedo denominar cultura—; o todo en desarrollo —lo que yo defino como desarrollo—; o todo en concientización —como yo la defino en la buena ley—; y me equivoco en eso, porque no estoy alerta a cuál es el pulso que está en estado anímico en la colectividad donde estoy operando, me resulta, a mí como público, enteramente irrelevante.

Esto lleva a concluir que la TV, por necesidad, para que subsista, para que pueda operar eficazmente, requiere de un elemento de diversidad; cuando esa diversidad no se cumple, el público busca satisfacer sus necesidades en otra parte. Así, el que pierde es la TV.

El problema es que la disfunción histórica que se plantea en el trabajo entre TV cultural y comercial termina no siendo absolutamente válida a la luz de lo que hemos vivido en estos últimos años. No hay duda que con la TV se pueden hacer ciertas cosas, pero en general, lo que se puede hacer opera como las enzimas en el organismo: puede catalizar procesos, acelerarlos o retardarlos, pero no inventarlos de la nada.

Desde tal punto de vista, el problema de programar hay que plantearlo en términos de cuáles son los públicos a los cuales se quiere llegar. En general, siempre hay problema en definir los públicos, porque claramente están segmentados y, si bien nosotros podemos hacer una audiencia aquí, muy homogénea para ciertos efectos, puede resultar muy heterogénea para otros. Podemos todos concordar en que queremos programas musicales, pero a la hora de definir qué música nos gusta a cada uno, seguramente no vamos a poder llegar a acuerdos fáciles.

De ahí que, a la larga, los contenidos de los programas de TV tienen que ser necesariamente generales. Ocurre lo que un filósofo decía “de la extensión de un concepto”, o sea, mientras más

extenso es, menos comprensión tiene. El nivel de especificidad, el nivel de detalle que uno puede llegar a lograr es muy bajo.

Los aportes tecnológicos pueden ser bastante interesantes. La programación de TV en el futuro va a tener que ser muy general y las necesidades de las audiencias específicas se van a tender a satisfacer mucho más por la vía de elementos más descentralizados. Va a ocurrir un fenómeno semejante a lo que ocurrió con la computación: de grandes computadores se pasa a microcomputadores que satisfacen las necesidades individuales.

A la TV se le plantea el gran desafío de captar a tiempo, de tener la capacidad para detectar el signo de los tiempos. De lo contrario, se transforma en irrelevante para la vida de la gente.

Aquí se conecta con la segunda parte de la afirmación de María de la Luz Hurtado que tiene que ver con la necesidad de innovar. Uno se puede preguntar, cuál es la necesidad de innovar, por qué cambiar las cosas si van bien. Si la TV no va aparejada con la dinámica social, queda aislada. De manera que cuando la TV llega tarde, evidentemente pierde.

Hoy día, cuando la tecnología en TV ha alcanzado un enorme progreso, la gente que programa trabaja prácticamente a ciegas. Los recursos que tiene para medir los impactos de lo que está haciendo son mínimos. Son verdaderos artistas para detectar —con la falta de información con que operan—, cómo van cambiando las cosas. Porque, en definitiva, las indagaciones cuantitativas, para efectos de una medida gruesa pueden servir, pero a la hora de hacer modificaciones internas, son claramente insuficientes.

Es importante poder desarrollar mecanismos de innovación que afecten a la TV y en esa línea hay que ver dos puntos: uno, lo que se relaciona con el desarrollo de experiencias creativas y, dos, lo que tiene que ver con la investigación pero desde dentro del medio, o sea, investigación útil para quien está diseñando un programa.

En definitiva, mientras no se provea de esa herramienta, los costos de la innovación serán muy altos, porque nadie está dispuesto a asumir un error que es muy caro. Para minimizar el riesgo, lo mejor entonces es no cambiar nada. Por



ello, la manera de asegurarse un mecanismo de innovación efectivo es que hayan fórmulas de investigación que entreguen elementos que hagan posible tal innovación.

Y, lo segundo, son las áreas de experimentación. Hasta el momento, cuando hemos hablado de la TV, a todos se nos olvida que la TV tiene un ingrediente de creación artística. Esto no se improvisa, y hay que entender que cuando una imagen sale al aire, no es un contenido abstracto, sino que se hace específico, que tiene una particularidad, que todos nosotros podemos ver en sus detalles en la pantalla. Y en esa particularidad concurre un elemento artístico. Se hace necesario un cierto ejercicio creador.

En estrecha relación con el problema creativo, se debe aclarar lo siguiente: la TV se hace con elementos creativos que se desarrollan fuera de ella. La TV no puede fabricar dramaturgos, ni actores. En general, uno toma estas cosas y las combina de una cierta manera. Hasta hoy, en el fondo la TV se ha alimentado de una inversión que en el país se hizo hace muchos años; cuando las universidades hicieron teatro, cuando se desarrollaban las áreas musicales, etc.

Otro hecho, aunque parezca paradójal, es aquel que se refiere al sector de la publicidad, porque nadie puede desconocer que la publicidad, para que sea efectiva, tiene que tener una alta calidad artística, porque si no, todos se aburren y hoy hay publicidad bastante más entretenida que muchos programas.

Como hay mucha gente preocupada de la calidad artística en la TV, es importante entonces impulsar mecanismos que permitan satisfacer y dar acceso a la gente que está hoy día fuera de la TV. En el fondo, los recursos que se invirtieron en el área artística en el país, en el teatro, etc., hoy están casi agotados. De manera tal que, si no se

repone dicha inversión, muy pronto la TV se va a encontrar con el problema de no contar con la ayuda necesaria.

Respecto a la legislación y normativa en televisión, casi siempre el hecho ha llegado primero que el derecho. En la práctica, el sistema ha operado sobre la base del consenso, sobre la base de una cierta normativa implícita, de allí que los momentos fundacionales en las instituciones, sean universitarias o no, son muy importantes. Hay un peso en la forma en que la gente percibe en este país el rol de la TV, que nadie puede eludir. Nunca el sistema va a estar mejor resguardado que bajo los paraguas universitarios.

Desequilibra tal situación, el hecho de tener un canal estatal completamente monopolístico y discriminatorio respecto de las reglas del juego, porque cuando ese consenso con que operan los canales, que es básico, es transgredido por alguien (que por lo general no son los canales universitarios), entonces éstos quedan en una situación de difícil competencia producto de la discrecionalidad.

Respecto del problema de la inserción de la política en la TV. No tengo ninguna duda que si la TV quiere seguir viva, tendrá que incluir a la política, y por eso no es malo que las normativas lleguen tarde, porque a la larga no llegan más que a sancionar lo que ya está.

Sería muy lamentable que la inserción de la política en la TV fuera en una forma similar a la que conociéramos años atrás. Es necesario considerar las nuevas formas de acción política; en otros términos, cuáles son los problemas que la colectividad siente como relevantes, y es a esa política a la que hay que buscarle su formato en la TV, porque si vamos a darle púlpito para la prédica a otros asuntos irrelevantes, estaremos obligando a la gente a no ver TV.



Quisiera precisar que voy a intervenir como alguien que vive y observa la problemática de la TV desde adentro.

En términos generales, puedo señalar que discrepo de la categorización que se hace en el trabajo de las programaciones y de las observaciones referentes al tiempo en que se fueron sucediendo los hechos. Coincido que la propiedad en manos del Estado y de las universidades parece ser hoy la menos mala y también en que esto le otorga un grado de responsabilidad a quienes manejan la TV.

Comencé a trabajar en Canal 9 en 1984, y por ello puedo decir que conocí un Canal que tenía las reglas de la competencia muy marcadas; tenía programas como "Gran Sábado Gran"; tenía series bastante violentas. La diferencia que existía —y en eso concuerdo con algunos pasajes del trabajo— es que los programas que no eran competitivos se los ponía al servicio de otros programas que pretendían un fin proselitista, un fin político.

Con posterioridad, en TV Nacional —de la que fui fundador en 1968— y en donde trabajé hasta 1975, pude apreciar elementos muy parecidos. Durante el período de la Unidad Popular yo era Presidente del Sindicato. El trabajo señala que en el Directorio de la empresa, la oposición tenía mayoría: eso es inexacto, porque estaba constituido por seis personas, de las cuales sólo Jorge Navarrete y quién les habla éramos opositores y todas las votaciones las perdíamos 4 a 2.

A través del trabajo durante muchos años en televisión, puedo decirles como primera aproximación que se observa un manejo vertical de los canales. Eso no ha cambiado nada. El que es Director de un Canal nombra un estamento ejecutivo y nada de lo que uno haga deja de pasar por su visto bueno. La TV no es como escribir un libro, que se lo puede hacer a mano o con una máquina. Pero, que le prendan las cámaras, que le pongan a correr el video tape y que, finalmente, lo transmitan por una antena, no es un hecho casual que pueda resolver un trabajador o un grupo por sí y ante sí; son otros los que mandan.

Durante el gobierno de la UP llegamos con Augusto Olivares a una especie de acuerdo o statu quo, en el que el área de prensa quedaba como aquella donde el gobierno ejercería sin contrapeso su influencia. El resto de la programación sería llevada lo más pluralmente posible. Fueron ideas del Comité de Programación de aquella época programas como "Tugar Tugar, salir a bailar", "Música Libre", "Titanes del Ring". Quisiera señalar que en el trabajo hay un error porque se menciona a "Sábados de Gala"; tal programa nunca existió, fue sólo un proyecto.

Puedo afirmar que tengo una visión bastante caótica de la primera televisión que hice. Una visión profesionalista, al estilo norteamericano — como dice el texto— es la que tengo del segundo período de mi carrera, que es la del Canal 13. Siento —como una persona que ha trabajado

(\*) Ex-director y ex-profesor de la Escuela de Periodismo de la U. de Chile. Director de TV en Canal Nacional entre 1969-1975 y en Canal 13 desde 1975 hasta el presente.



todos estos años en la TV— que los hechos determinantes se dan fuera de los canales. Es la sociedad, es el gobierno de turno, son los directivos los que han ido determinando la línea de la TV, más allá de un modelo. Estimo que si suprimimos el área periodística, que a mi juicio ha sido llevada en forma deplorable a lo largo de este período, tendría que concluir que han habido progresos innegables.

Se deben entonces balancear estos aspectos, porque vivimos horas de búsqueda de consensos; de búsqueda de la perspectiva futura y para ello se deben tener muy claras las bases de lo que ha sido el pasado. Quisiera que mi intervención se la entienda como armonizadora, quisiera buscar puntos de encuentro en los cuales las personas que laboramos en TV pudiéramos encontrarnos con aquellas otras personas que están preocupadas por la TV, y así reunirnos a discutir sobre bases reales, para buscar los caminos futuros que queremos para la TV.

En términos generales quisiera plantear una inquietud. Ella se refiere a la necesidad de separar las emisoras de las productoras, asunto que

está actualmente en una sola mano. Así, el dueño de la antena es el dueño de las cámaras, y creo que con la separación planteada tal vez lograríamos una mejor evaluación de los materiales y un mejor proyecto de programación, consiguiendo un enriquecimiento de la oferta por la vía de las productoras.

En segundo lugar, se debería ir configurando una especie de TV AM y TV FM. Tendrían que convivir canales de difusión masiva, con otros dedicados al deporte con un muy buen servicio informativo. Porque es imposible seguir sosteniendo canales que reúnan todo. Desde mi punto de vista, habría que buscar la forma de hacer convivir estos dos sistemas.

Por último, quisiera proponer la creación de algún organismo, vinculado con el quehacer político que pudiera ser por ejemplo el Congreso, para que de él dependan los departamentos de prensa y lo que tenga que ver con la política contingente. Y ello porque es absurdo mantener el actual esquema, en el cual se mezclan los Departamentos de Prensa, con producción, etc.



## II. FORO PANEL: "LA PROGRAMACION TELEVISIVA VISTA DESDE LA SOCIEDAD"



## El comportamiento de las audiencias

Trabajo en el ámbito de la investigación de audiencia en Canal 13. Por razones obvias no estoy facultado para dar cuenta de los resultados de tales investigaciones, sin perjuicio de lo cual he estimado útil participar en este foro para contarles brevemente en qué consiste el trabajo que se desarrolla y para entregar dos o tres conclusiones que he sacado a partir de mi experiencia en el Canal. Creo que puede dar ciertas luces sobre algunos aspectos que están vinculados con lo que estamos conversando hoy día.

La investigación de audiencia que se realiza en la industria de la TV en el mundo en general, como todos sabemos, puede ser de carácter cualitativo o cuantitativo. En el Chile de los últimos años, el tipo de investigación que ha predominado es esencialmente cuantitativa, y se centra en las encuestas de sintonía o de rating. Tal tipo de encuestas ha sido realizada en los últimos diez años por una empresa privada denominada TESTMERC, y a partir del año pasado (1985) se ha incorporado una nueva llamada TIME.

Las encuestas de sintonía arrojan básicamente dos tipos de datos o dicho de otra manera, responden dos tipos de preguntas. La primera es: ¿cuántas personas u hogares están sintonizando TV, qué canales y a qué hora? y la segunda, entrega algunas características demográficas gruesas de aquellos que estarían

sintonizando TV., básicamente estratos socioeconómicos divididos en: alto, medio y bajo; sexo y cuatro rangos de edades.

Desde fines de 1984, Canal 13 incorporó como parámetro para el desarrollo de nuevos programas, otro tipo de investigación que recoge información cualitativa y, por lo tanto, de mayor complejidad. Este tipo de investigación indaga en las opiniones, percepciones, actitudes y necesidades de la audiencia, a través de técnicas rigurosas de obtención y análisis de la información. Los resultados empiezan a ser lentamente incorporados como elementos de juicio, facilitando e iluminando los procesos permanentes de toma de decisiones a que se enfrentan ejecutivos y creativos del canal.

La investigación de carácter cualitativo, por el tipo de información que arroja (percepción y opiniones detalladas respecto de los programas que se producen) puede resultar a primera vista "intimidante" para aquellos que desempeñan funciones creativas, pues este tipo de información "invade" un terreno que evidentemente no es tocado por el dato de sintonía, único "feed-back" con el cual los creativos en general han contado.

Sin embargo, me parece importante aclarar que los resultados de estas experiencias no deberían en modo alguno inhibir el trabajo creativo. No están diseñadas para dictar normas o pautas rígidas a seguir por ejecutivos o creativos, sino más bien persiguen incorporar otro

(\*) Master en Comunicaciones. Investigador de audiencias de televisión.



tipo de parámetro, que pretende orientar el proceso de desarrollo de programas y políticas comunicacionales.

Quisiera referirme ahora a algunas conclusiones generales que emanan de lo que ha sido mi experiencia en Canal 13.

El resultado de las investigaciones realizadas no hacen más que confirmar que estamos frente a una audiencia altamente perceptiva y crítica. El televidente ha invertido muchas horas de su vida frente al televisor, y de algún modo se ha convertido en un "experto" en el tema. Sus niveles de percepción de acuerdo a lo que ha sido mi experiencia, le permiten detectar desde un recurso tan pueril como es el del doblaje que realizan los cantantes, hasta cuando una información periodística es insatisfactoriamente entregada. Futuras políticas comunicacionales deberán tomar en cuenta esta realidad, y lo mismo deberá ocurrir con los comunicadores.

Otro aspecto al cual conviene hacer referencia, está vinculado a la tendencia que ha existido a utilizar como indicador fundamental de éxito o fracaso de una producción, las encuestas de sintonía. De los resultados de las investigaciones cualitativas podemos concluir que no siempre existe una correlación positiva entre los puntos de sintonía de un programa y su percibida calidad. Por ejemplo, un programa puede tener 30 puntos de rating, y así ganar a su competencia y esta situación puede ser más que satisfactoria para un departamento comercial de cualquier canal. Sin embargo, este mismo programa

sometido a una evaluación de la audiencia puede ser duramente criticado. Esto se debe a que en muchas ocasiones el televidente sintoniza un programa porque es lo mejor que la opción televisiva le está ofreciendo, sin que éste quiera decir que lo que está viendo le satisface.

Por estas razones es necesario asumir definitivamente que las encuestas de sintonía tienen mayor utilidad para los Departamentos comerciales de los canales que para los creativos y los comunicadores. Esto es coherente con el supuesto básico de que los problemas e interrogantes comunicacionales son las más de las veces de índole cualitativa y que el dato cuantitativo debe ser complementado por información más compleja.

Existe una asimetría entre los datos cualitativos y cuantitativos que no ha sido asumida—a mi juicio—, ni siquiera en las altas esferas teóricas de las comunicaciones y se ha desperdiciado mucha energía contraponiendo ambos tipos de aproximación. Lo cierto es que cuando nos movemos en el ámbito comunicacional, es necesario operar con datos de ambas índoles.

Por último, si honestamente deseamos conocer a nuestra audiencia y satisfacer sus necesidades, y paralelamente evaluar nuestros objetivos, la investigación de carácter cualitativo realizada con la mayor rigurosidad metodológica debería ocupar un sitio que tradicionalmente no ha ocupado, al menos, en Chile.

Esto es válido para la televisión comercial como para otros modelos.



## Las demandas sociales a la TV

Tengo sensaciones que siendo discutibles, pueden ayudarnos a encontrar el modo de canalizar y organizar la demanda social por la recuperación de la TV para todos los chilenos.

La primera de las sensaciones es que la crítica o el malestar existente sobre la conducción actual de la TV se debería fundamentalmente a las omisiones y distorsiones que los canales de TV hacen de diferentes aspectos de la realidad social y política del país.

Sin embargo, esta crítica es una expresión diluida, no organizada. Creo que aún la TV está en un área intocable desde el punto de vista de la sociedad. El malestar está recluido en la familia, en grupos de trabajo, académicos o de amigos. Pero no hay una propuesta y métodos de acción con los cuales los sectores de la sociedad que sienten la necesidad de un cambio en la TV puedan ejercer presión sobre ella para satisfacer, aunque sea en parte, sus inquietudes.

La demanda de la sociedad por la TV está latente, pero no tiene o no encuentra una expresión colectiva y orgánica. Eso nos lleva a formular la siguiente pregunta ¿Qué piensan los sectores dirigentes, tanto a nivel social y político, de la TV? y ¿Cuál ha sido su comportamiento respecto de este tema?.

La sensación es que a nivel de las dirigencias políticas y sociales hay más quejidos que críticas. No se aprecia una actitud definida, es decir, que se traduzca en intentar avanzar hacia su recuperación. Más bien predomina el sentimiento de que es inmodificable por lo menos en el corto plazo. La acción de las dirigencias políticas y sociales se limita a protestas verbales esporádicas y puntuales. En estos niveles se cree que la TV solamente puede cambiar cuando cambie el país. Es impensable un cambio en la TV en la medida que no cambie el gobierno.

Tal afirmación es cierta y falsa a la vez. Es evidente que en un contexto dictatorial es imposible una televisión plenamente abierta o democratizada, pero ello no significa que en lo inmediato no se puedan lograr metas parciales que devengan en una apertura cada vez más sostenida.

En el fondo, la conquista de una situación nueva, democrática, requiere de espacios de libertad en el sistema de comunicación social, porque es impensable acceder a la democracia si no se abren un algún grado tales espacios, como es impensable que en dichos espacios la expresión sea plena cuando aún no se vive una situación democrática. Hay una interacción de ambos factores, unos ayudan a otros.

De tales consideraciones es que sea factible

---

(\*) Periodista. Presidente del Consejo Metropolitano del Colegio de Periodistas de Chile.



plantearse hoy que la civilidad debiera generar un movimiento de recuperación de la TV.

Por otra parte, cabe preguntarse qué es lo que demanda la sociedad respecto a las programaciones de la TV. Es difícil—obtener—una respuesta, salvo la que puedan darnos encuestas de opinión, pues, no existiendo diversidad, es difícil saber qué es lo que realmente le gustaría a la gente de acuerdo a una elección propia.

Tradicionalmente se ha pensado que la cultura es sinónimo de aburrimiento y su oponente es la entretención. Hoy, con los recursos que existen en el medio televisivo y con la experiencia acumulada—tanto dentro del sistema televisivo como fuera— podrían ofrecerse programas tipo debates sobre distintos aspectos de la vida humana.

En tales confrontaciones podrían participar historiadores con sectores estudiantiles entre los que se produzcan una interacción de conocimientos y en donde la audiencia también pueda plantear sus dudas u opiniones. ¿Por qué no plantearse también debates sobre literatura? Dichos programas no necesariamente se representan con mera verbalización, sino es posible recurrir a imágenes y películas, nacionales o extranjeras. Para la producción interna hay actores capaces de dramatizar problemas o situaciones que están dentro del ámbito de la literatura o de la historia.

En la actualidad, prácticamente nada se ofrece en esta materia y por lo tanto podrían ser temas demandados por un movimiento de recuperación de la TV.

Creo que es perfectamente posible estimular la creación de un movimiento de recuperación de

la TV. cuyos protagonistas sean los actores sociales que hoy día están agrupados en la Asamblea de la Civilidad. Lo que falta es voluntad y claridad de cómo enfocar un plan de acción que va desde introducir la inquietud en el seno de las organizaciones, hasta las estrategias de expresión pública por un cambio en el medio televisivo.

¿Qué le pasaría a los directores de los canales si recibieran frecuentemente cartas de estas organizaciones, expresando inquietudes, críticas, sugerencias sobre la información y aspectos de la TV? Alguna intranquilidad experimentará el director, porque en la TV se han acostumbrado a tener una audiencia sumisa y silenciosa. En la medida en que haya expresión civil, acciones, controversias públicas, como el presente Seminario, donde estén presente otros sectores, como los pobladores, las mujeres, los jóvenes, los profesionales, podrá gestarse una corriente que desde abajo presione por un cambio.

También es muy importante que las dirigencias políticas preparen algunas pautas para sus proposiciones a la sociedad respecto a qué es lo que pretenden hacer con la TV en un contexto de transición democrática. Tradicionalmente, a nivel político ha habido una actitud instrumental respecto de este medio, más que criterios programáticos o una política elaborada sobre esta materia específica.

En síntesis, lo que se requiere hoy es voluntad y organización capaz de orientar lo que existe en la sociedad: un malestar por lo que transmite o no transmite la TV y canales de participación por un cambio. La lucha no es contra la TV, sino contra la orientación universal que hoy día se da a la TV.



### Experiencias de recepción activa

Trabajo en CENECA en el Programa de Educación para la Recepción Activa de la TV; durante varios años hemos trabajado con grupos de mujeres, estudiantes y pobladores para intentar aproximarnos a la manera como ellos se relacionan con la TV en nuestro país.

Quisiera hablar de algunos resultados que hemos encontrado en dicho trabajo; son aún fragmentarios, pero nos pueden dar algunas hipótesis de cómo pareciera que ocurre esta relación de la gente con la TV. Si hubiera que resumir tal asunto en un par de palabras, diría que es una relación muy compleja y más activa de lo que uno supone.

Indudablemente el aparato de televisión es un bien costoso, y es adquirido con gran sacrificio, a pesar de lo cual está presente en más del 90% de los hogares chilenos. Eso muestra lo apreciado que es, al punto que se postergan otras necesidades por tenerlo.

La televisión es uno de los medios de comunicación que entrega mayor variedad y disimilitud de productos: entrega información, publicidad, deportes, cine, telenovela, shows o magazines con animadores, etc. La relación de las personas con la TV no es constante, unívoca, sino que va variando según el tipo de producto que está apareciendo en la pantalla.

La emoción es un elemento clave que tal vez esté en la base de dicha relación. Más que una actitud de tipo intelectual, cognoscitiva o racional, lo emocional es lo que sustancialmente parece predominar en la relación con los distintos tipos de géneros. Es una emoción que se experimenta incluso antes de los programas; existe expectativa e interés por ver algo que se sabe que aparecerá en cierto momento; tal emoción se mantiene durante la exhibición de los programas y hay una elaboración posterior frente a lo que se ha visto.

Indudablemente —ésta es mi interpretación— en estos años en que ha existido una fuerte restricción de la información, los telespectadores han desarrollado una gran incredulidad o escepticismo frente a la información

noticiosa. Esta es tal vez el área de la TV donde existe una relación más de tipo racional, a pesar que existe también un componente emocional. El público frente a la información, además de dudar de si lo que se está viendo es verdad, lo compara con otros elementos de información que recibe por otros medios o canales (y experimenta emociones: molestia, simpatía, rechazo, rabia, etc.)

Se ha desarrollado un prejuicio muy grande frente a la veracidad de la información que se recibe a través de la TV., en contraposición con aquella información de tipo personal, de grupos, de redes de comunicación política, sindical, o de otras asociaciones o la proveniente de revistas: la

---

(\*) Investigador en Comunicación Social con especialidad en TV. Trabaja en CENECA.



información alternativa es valorada como altamente verdadera. Es posible incluso constatar que en muchos casos la gente fantasea en torno a la información y algo que es verdadero, por el sólo hecho de haber sido dicho por la TV., no es creído.

Hay otro elemento que tiene gran incidencia en la forma como la gente se relaciona con la TV, y se refiere a la diversidad de estratos o de clases sociales. Para una familia que puede adquirir ciertos bienes publicitados por la TV, la relación con el aviso es muy distinta a la que se produce en sectores de gran miseria, en que los comerciales son percibidos en forma muy violenta por el impacto que producen. Tal hecho lo hemos constatado en muchos lugares. La relación con la entretención o con las telenovelas varía también según los estratos sociales. En los altos hay una actitud muy favorable hacia el material importado, especialmente de procedencia norteamericana o europea. Si uno contrasta la teleserie con la telenovela en los estratos altos, se concluye que prefieren la teleserie de procedencia norteamericana. En cambio en los sectores populares hay una fuerte simpatía por la telenovela latinoamericana y, en especial, por la telenovela nacional.

Un investigador de telenovelas que está actualmente trabajando en Venezuela y que además hace algunos trabajos sobre América Latina, me decía hace unos meses que le sorprendía que en Chile mucha gente se relaciona con los actores de TV, individualizándolos por su nombre y apellido; en cambio, en otros países se relacionan llamándolos por el nombre del personaje que están representando. Existe una relación distinta, cuyo significado aún desconocemos.

Claramente hay espectáculos que son para estratos populares y otros para medios o altos. Así don Francisco tiene el programa Sábados Gigantes para sectores medios y populares, y en la noche tiene Noche de Gigantes que está dirigido a estratos más altos.

El fenómeno de la entretención por TV debe ser analizado con sumo cuidado. El concepto de entretención parece ser distinto en grupos sociales que tienen posibilidades alternativas de

entretenimiento, si se lo compara con grupos sociales que sólo cuentan con el televisor como única fuente de entretención. Por ello, pensar que este tipo de entretención es alienante, que la gente se vuelve torpe después de ver un espectáculo, o de escuchar chistes, es una cuestión que indudablemente hoy día no se puede sostener. En cambio sí se relaja, cosa necesaria frente a una vida muy dura y muy violenta. Por lo tanto, la relación con la entretención es muy distinta dependiendo de los estratos sociales y no es tan simple como se podía suponer años atrás.

Partiendo de estos elementos quisiera extraer dos o tres consecuencias que las planteo a modo de hipótesis. En primer término, lo antes dicho me ha hecho repensar cosas que yo mismo sostuve. Entre ellas mirar la TV como un cine chiquito en el hogar. Hasta ahora hay críticos que enjuician la TV a partir de la estética del cine o dicen que la TV es un lenguaje de la imagen, basado en teorías del cine de hace muchos años. Cada vez me convenzo más que la TV altera completamente el uso de los códigos que tiene en común con el cine. Por ejemplo, la palabra tiene una función muy distinta en la TV que en el cine; en éste se puede mantener que es un lenguaje de la imagen, pero indudablemente en la TV no, porque ella es un medio que busca una vinculación muy estrecha con el receptor, quien está en una situación completamente distinta a como miramos el cine. Por lo tanto, el manejo que el creador de TV ha hecho de la palabra —de manera intuitiva y certera— es una cosa que recién estamos empezando a descubrir.

La TV involucra y quiere relacionarse con el receptor de una manera distinta a como lo hace el cine. La TV está permanentemente pensando en el receptor, cómo llego a él, cómo estoy con él. Esto es mucho más fuerte en la TV que en otros sistemas. Y creo que ello no es sólo un asunto de audiencia o de dinero, sino fundamentalmente porque la TV es un medio que acentúa la función de contacto. Es por eso —creo yo— que los comerciales, considerando tal necesidad de relacionarse con el receptor, han evolucionado a géneros y a usos en que los factores poéticos, el trabajo sobre los códigos, tienen tanta importancia, porque un texto que tiene que ser repetido tantas veces al día, no puede ser un texto que a la segunda vez produzca rechazo.



La idea que la TV es el gran o principal medio de concientización, en la práctica no se verifica. En contextos tan disímiles como Francia, Polonia o América Latina, se ha utilizado la TV para persuadir a la opinión pública hacia ciertas ideas políticas, pero no ha dado el resultado esperado.

En nuestro país la polémica sobre tal asunto es creciente. Desconozco lo que va a ocurrir en un futuro democrático, qué capacidad de penetración vaya a tener el debate político. Pero en cambio es fácil constatar que en América Latina el régimen dictatorial ha usado la TV para intentar convertir a toda la gente en seguidores suyos y ha fracasado.

Los políticos sueñan con usar la TV para conquistar adherentes, para catequizar a la gente y decirle que no vote o que no adhiera a tal grupo y que en cambio lo haga por tal otro. Esa es la gran mesa para ellos y también para los periodistas que trabajan los géneros informativos más altamente racionales. El uso de la TV en tal sentido exhibe muchos más fracasos que éxitos.

Por último, la programación de la TV se va a mover siempre entre dos polos difíciles de

compatibilizar, esto es entre el "deber ser" y "el ser". Por mucho que uno desee olvidar el "debe ser", en una sociedad siempre lo habrá. Tenemos una serie de organizaciones sociales que predicán "deber ser": todo grupo religioso o político tiene ciertas metas, ciertos valores, ciertos "deber ser"; por lo tanto, a menos que nosotros pensemos vivir en una sociedad sin estos movimientos religiosos o políticos, tales "deber ser" van a estar allí.

Tal realidad es una parte del problema: cómo estos "deber ser" van a influir en la programación televisiva. También tenemos otra realidad: la heterogeneidad que relativiza, que no acepta la manipulación, la persuasión. La gente se vuelve distante cuando un medio como la TV pierde credibilidad, y ello es difícilmente recuperable. ¿Cómo movernos entre estos polos? ¿Cómo hacer una programación en que la sociedad proponga ciertos valores, ciertos ideales indispensables? ¿Cómo proponerlos sin que sea una manipulación que provoque después de ciertos años mayor rechazo y antipatía que adhesión y convencimiento?



### **III. DESAFIOS DE LA PROGRAMACION TELEVISIVA DEMOCRATICA**

**Juan Carlos Altamirano (\*)**

---

**(\*)** Cineasta e investigador en comunicación social. Licenciado en Sociología. Master en cine y televisión.



## INDICE

	Página
<b>INTRODUCCION</b>	157
<b>BASES PARA EL FUTURO</b>	158
<b>1. Los efectos de la programación en el televidente</b>	158
a) Los efectos "positivos"	158
b) Los efectos "negativos"	158
c) La polémica sobre los efectos	159
d) Los efectos y la censura	162
<b>2. Utopías y realidades del servicio público de televisión</b>	164
a) Definiciones conceptuales	164
b) Articulación en las funciones televisivas	165
c) Programación y servicio público	166
d) Programación y cultura	167
<b>LA CALIDAD TELEVISIVA</b>	170
<b>1. Los factores económicos: competencia y ratings</b>	170
a) Sobre el rating	171
b) Alternativas	172
c) Sobre la competencia	172
<b>2. El lenguaje televisivo</b>	173
a) Las funciones del lenguaje	173
b) Algunas especificidades del lenguaje televisivo	174
c) Las adaptaciones al lenguaje televisivo	174
<b>3. El problema de los hábitos y la innovación</b>	175
a) Comentarios	175
b) Los cambios en los hábitos	176
c) Los hábitos y la innovación	176
<b>4. Las relaciones laborales y el pluralismo interno</b>	176
a) Comentarios	176
b) La descentralización y la participación interna	177
c) Pluralismo interno	177
d) La censura interna	177
<b>5. Formación y evaluación profesional</b>	178
a) Comentarios	178
b) Formación profesional	178
c) Reflexión interna	178



<b>6. Los derechos democráticos y los deberes de la televisión</b>	179
a) La autonomía, la representatividad y la credibilidad	179
b) El derecho a expresión y participación	179
c) El derecho a respuesta	179
<b>POLITICA DE PRGRAMACION</b>	180
<b>1. Noticleros y actualidades</b>	180
a) La producción de la información	180
b) Algunos principios fundamentales	181
c) La presentación de la información	183
d) Espacios informativos a desarrollar	185
<b>2. Los programas artísticos</b>	187
a) El teleteatro y la telenovela	188
b) Eventos artísticos	188
c) Programas de educación e información artística	189
d) Cine y video	189
e) Shows de variedades	191
<b>3. Programas de utilidad pública</b>	192
a) Programas de educación	192
b) Programas deportivos	194
c) Programas de orientación pública	195
d) Programas de solidaridad pública	195
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	197
<b>COMENTARIOS A LA EXPOSICION</b>	201
Patricio Hales D.	201
Mariano Fernández A.	207
Hernán Larraín	209
Carlos Ominami	213



## INTRODUCCION

El presente estudio es la continuación de "Los desafíos de la TV del mañana", CED, 1985, trabajo presentado al seminario sobre "El Sistema Televisivo Chileno" organizado por CED y CENECA en diciembre de 1985.

Por programación se entiende la instancia en la cual se definen los contenidos y los formatos que adquieren los mensajes y representaciones televisivas; estos mensajes y representaciones son agrupados en segmentos o programas, ordenados y difundidos de acuerdo a un horario. Se puede afirmar que los contenidos que ve y escucha el telespectador, como las formas de codificarlos y el horario en que lo hace, están determinados por la programación.

A su vez, ella está determinada fundamentalmente por el tipo de modelo o sistema televisivo nacional. Un "modelo comercial" de televisión impone una programación diferente a un "modelo de servicio público". Por otra parte, existen variables importantes en la determinación de la programación, como es "la competencia", "el rating" y los "costos de producción". En una dimensión aún más general, la programación está determinada por el tipo de régimen político y económico imperante en el país. Es posible comprobar, por ejemplo, que países bajo dictaduras o regímenes autoritarios tienen una programación esencialmente diferente y opuesta a países con un sistema democrático representativo. Por consiguiente, si bien la programación determina qué vemos en televisión, ella, a su vez, está determinada por una cantidad de variables de tipo económico, social, político y cultural, que influyen más allá de la voluntad de los propios programadores.

En relación a la estructura del trabajo, primeramente se discuten los "efectos" que tiene, o puede llegar a tener, la televisión en el público televidente. A partir de este diagnóstico, intentamos proponer una serie de principios para desarrollar un modelo de servicio público de televisión. En seguida, se discuten las diferentes variables que influyen en la calidad televisiva y se proponen ciertas políticas a seguir para garantizar la "calidad" del medio. Y por último, se proponen políticas concretas para transformar y desarrollar determinados programas y géneros televisivos, como los informativos, artísticos y de utilidad pública.

Para la materialización de este estudio se realizaron 20 seminarios con directores, productores, ejecutivos y periodistas de las tres Corporaciones de Televisión. También participaron políticos, investigadores y críticos de televisión. Los "seminarios" fueron presididos por parte de CENECA, por María de la Luz Hurtado y Valerio Fuenzalida. Estos tuvieron un carácter consultivo-informativo, en los cuales los participantes nos plantearon diferentes inquietudes, propuestas e ideas a desarrollar. Para este estudio también recogimos otras impresiones y planteamientos, críticas y estudios sobre televisión editados por la prensa y centros de investigación. Las proposiciones que planteamos tratan, por tanto, de recoger y articular las diferentes demandas e inquietudes planteadas, con el objetivo de intentar construir un sentido común o una política consensual de programación.

Cabe destacar, que toda esta información ha sido articulada y procesada teniendo como



referente el modelo británico de programación televisiva, el cual viví y estudié por varios años. Escogimos este modelo, pues existe consenso que es posiblemente el más avanzado y de mejor calidad que se ha desarrollado en las democracias occidentales. Cabe recordar también, que la televisión chilena fue concebida sobre la base de este modelo, llamado: de "servicio público". De esta manera, la larga experiencia que ha tenido y el desarrollo que ha logrado la televisión británica y europea en general, sigue siendo a nuestro juicio, el único referente y horizonte válido con el cual contamos para diseñar nuestro propio futuro. Creemos que ignorar la experiencia de esas televisiones sería un profundo error, como también copiar y adaptar sin contemplar nuestra propia experiencia televisiva e idiosincrasia.

La información recogida en todos los planos y terrenos de este estudio, no tiene un carácter empírico. Son planteamientos, ideas e impresiones que están en la opinión pública y dentro de los medios. En este sentido, es necesario considerar que se trata de un estudio netamente cultural e ideológico, por consiguiente, no pretende ser científico. Pensamos que la televisión está inserta en la cultura de un país, y la cultura como tal, es un fenómeno ideológico; y al ser estudiado cualquier fenómeno cultural-ideológico, en este caso la TV, por muchas pretensiones científicas que haya en la metodología usada, los resultados siempre seguirán siendo ideológicos. Con este trabajo se pretende incentivar la discusión y la imaginación en torno a un futuro posible que debemos construir en conjunto.

## **BASES PARA EL FUTURO**

### **1. Los efectos de la programación en el televidente.**

Si bien los efectos de la TV en la sociedad varían de país a país, ellos pueden clasificarse a "grosso" modo en "positivos" y "negativos".

#### *a) Sobre los efectos positivos:*

Cuando se los examina, diversas escuelas analíticas nos entregan los siguientes elementos:

- La TV contribuye enormemente a expandir el horizonte de los hombres, aumentando el conocimiento sobre el mundo y la naturaleza, incluso incide en el desarrollo de las artes y la cultura al permitir que un público masivo acceda a obras clásicas, contemporáneas y populares que de otra forma jamás habrían contemplado.

- La TV permite, como jamás antes en la historia, que cada sociedad y el mundo como totalidad pueda comunicarse simultáneamente; posibilita la integración de las más diversas culturas.

- La TV permite que se exprese el pluralismo democrático (en aquellos países que se rigen por ese sistema), manifestándose así los diversos intereses sociales, orientando y educando a la población para desempeñarse mejor dentro de la sociedad.

- La TV es una fuente de trabajo para miles de profesionales y trabajadores. Es una industria moderna que impulsa el desarrollo.

- Finalmente, la TV alivia la soledad humana, la rutina y el aburrimiento, endulzando la vida con entretención y recreación, a la vez que permite que las personas con pocos recursos tengan por lo menos alguna ventana de ilusión y agrado. En definitiva, la TV ha contribuido a mejorar la calidad de vida y el desarrollo social.

#### *b) Sobre los efectos negativos*

Al examinar los efectos "negativos", diferentes escuelas destacan los siguientes elementos:

- Lejos de contribuir a conocer el mundo y la naturaleza, distorsiona la realidad, proporcionando una visión mistificada y alienante de la vida y el mundo.

- En vez de comunicar a la sociedad, se ha transformado en un medio de manipulación ideológica, en un medio de dominación cultural al servicio de las clases dominantes.

- La TV lejos de ampliar el gusto popular, transforma la cultura de masas en una cultura "vulgar" y comercial; en vez de impulsar las grandes artes y la cultura, las ha desnaturalizado, denigrado y ha mediocrizado el "buen gusto".

- En nada impulsa una sana entretención, sino que se ha transformado en un barbitúrico social, en un vicio que idiotiza, que lava el cerebro,



que impulsa al individuo a malos hábitos, induciéndolo a la violencia, al sexo y a la vida vana. En suma, la TV es uno de los peores males de la sociedad contemporánea.

Cabe destacar que ambas visiones están enormemente simplificadas y no siempre se expresan en forma "pura", pues nos encontramos también con opiniones que articulan tanto los aspectos positivos como negativos de la TV. Sin embargo, la polémica entre ambas visiones es un hecho existente en diferentes ámbitos de la cultura, polémica que es necesario dilucidar con el fin de intentar establecer una política correcta de programación, a partir de la dimensión real de los efectos televisivos sobre el espectador.

### c) *La polémica sobre los "efectos"*

Lo cierto es que en Chile la discusión sobre los "efectos" de la TV se concentra, especialmente, en los "efectos de la TV comercial"; en los "efectos de la TV en la población infantil"; y en los "efectos de la TV bajo la dictadura". Por un problema de espacio, nos es imposible analizar en profundidad las diferentes escuelas y enfoques que hay sobre el tema. Nos limitaremos, por consiguiente, a los aspectos genéricos que comparten estas opiniones y las apreciaciones contrarias existentes.

#### **- Sobre la dimensión de los "efectos".**

Lo primero que resalta en los estudios sobre los aspectos "negativos" es, a nuestro juicio, la sobre dimensión o magnificación de los efectos de la televisión, especialmente en relación a la llamada televisión comercial. Hernán Montenegro, conocido psiquiatra infantil, expresa lo siguiente respecto al tema:

*"Este es el tipo de TV existente en la práctica en Chile, América Latina y EEUU, en que las características de la programación está determinada en definitiva por criterios de tipo económico. Esto explica el fuerte énfasis en contenidos violentos y sexuales exhibidos en forma marcadamente distorsionados y sobrerrepresentados en relación a la vida real que -según los datos existentes- dejan al niño y al adolescente en una situación particularmente vulnerable".* (Revista MENSAJE N° 289, junio 1980). Más adelante se afirma:

*"Existe una forma especial de aprender denominada "aprendizaje observacional". Basta la sola observación de un modelo por parte del niño para que se almacene dentro de sí y ejecute la acción cuando se le presentan las circunstancias".* (Revista QUE PASA N° 526, mayo 1981). En otro artículo el autor agrega:

*"La cantidad de series policiales, western y películas de guerra superan con creces a otro tipo de películas con el agravante de que no sólo sobrerrepresentan un aspecto negativo del ser humano en relación a la vida real, sino que la distorsionan gravemente".* (Revista MENSAJE N°289, junio 1980).

En otro número del semanario QUE PASA, el abogado Pablo Rodríguez expresa:

*"Volver a la TV Cultural sería un paso de extraordinaria importancia en el rescate de una sociedad cuya decadencia se extiende peligrosamente por todo el continente".* (QUE PASA N° 568, febrero-marzo 1982.)

Es clara la buena intención de los autores citados. Sin embargo, un número importante de investigaciones cuestiona la capacidad de influencia de la TV, sobre todo, en lo que respecta a la "alienación" del ser humano. En este sentido se afirma que:

*"La TV no domina al espectador como lo hace el cine o como lo hace la literatura con el lector, o bien la música con el que escucha. En el peor de los casos la TV es una trivialidad, y en el mejor una fascinación".* (Robert Kee. The News Statesman. 1976) .

En otras palabras, un número considerable de investigadores también concluye que los efectos de la TV han sido sobredimensionados. De hecho la forma de mirar TV es absolutamente fragmentada. Se mira a ratos, realizándose conjuntamente otras actividades: conversando, comiendo, jugando, semidurmiendo, pensando en otras cosas, etc. Dentro de esta perspectiva, mirar televisión no significa necesariamente ponerle atención y, mucho menos, ser absolutamente vulnerable a sus mensajes.



Por otro lado, se sostiene que la TV no ejerce una influencia directa en el comportamiento y las actitudes que asume el individuo en su vida diaria; no induce necesariamente a la violencia, al sexo y al crimen. Existen factores como la familia, el nivel de educación, el grupo de edad y sexo, las condiciones de vida, la clase social a que se pertenezca, las amistades; en general, un conjunto de variables que no permiten adjudicarle a la TV la responsabilidad del comportamiento y las actitudes que asumen los individuos.

Afirmar que la TV ha reemplazado a los colegios, a la familia, a la iglesia, es una simplificación y una generalización. Por el contrario, desde esta perspectiva, la TV tiende a mantener y reproducir estas instituciones. La TV, más que cambiar e inducir determinados valores e ideas, actúa reforzando las creencias, valores y actitudes que los individuos ya poseen. En este sentido muchos estudios coinciden en que la TV influye en los productos que se compran y se consumen, sin embargo, se reconoce que es muy improbable que cambie drásticamente los valores morales, la psicología del ser humano, la conciencia y el pensamiento, a no ser que se trate de individuos con disturbios o problemas (ver Annan Report, pag 25) Esto se comprueba al analizar que, a pesar de 13 años de permanente manipulación y propaganda ideológica a través de la TV, el pueblo chileno en su mayoría se opone al régimen militar. (Ver QUE PASA N# 783, 1986.)

Si bien podría haber un énfasis de la TV por mostrar los aspectos negativos del ser humano, (dentro de los cuales no podemos considerar al sexo en su expresión natural, tanto psíquica como física), es necesario entender que tales "aberraciones", "decadencia", "alienaciones" o elementos como la "violencia", no son producto de la TV, sino que son resultados de las relaciones sociales presentes en la sociedad; en otras palabras, son resultantes de las condiciones de vida de un momento histórico, de determinadas formas de organización social y sus instituciones. La TV, en este sentido, refleja y representa la situación social, política, económica y moral de una nación. Si existe violencia, criminalidad y conductas aberrantes, hay que reconocer que son producto de problemas patológicos o bien, del hambre, de la cesantía o de cualquier forma de injusticia social.

- **En relación a los efectos en la población infantil:** En este punto, los "efectos" televisivos se transforman en una problemática aún más compleja. Como ejemplo citaremos los planteamientos del psicólogo Leiva, el cual afirma que:

*"La información visual recibida por el niño queda disponible de inmediato sin procesos racionales. Por eso, ante una escena donde el malo roba y el bueno al final lo mata, no se produce el aprendizaje de la moraleja, sino que prevalece la conducta que éste ha observado. Hay una brecha muy amplia entre el contenido moralista de las señales y las escenas violentas. (Revista QUE PASA N# 526, mayo 1981).*

En lo que a este problema se refiere es necesario agregar que las investigaciones aseguran que "los niños chilenos permanecen "pegados" a la TV un promedio de 3 a 4 horas diarias, lo que equivaldría a la misma cantidad de tiempo que destinan a sus colegios o jardines infantiles". (Revista QUE PASA N# 526, mayo 1981).

Sería un irresponsabilidad ignorar este último factor, junto con el agravante que en última instancia (y a pesar de la "viveza y certeza" de los niños para captar y decodificar las imágenes y los sentidos de ésta), la TV ejerce una influencia en la formación infantil. Siguiendo las conclusiones del "Segundo Encuentro sobre TV Infantil", pensamos que es fundamental estudiar sistemáticamente los efectos de la TV en la población infantil y realizar un esfuerzo consciente por parte de los programadores y autoridades, en el sentido de incrementar y mejorar la calidad televisiva y didáctica de los programas infantiles.

También, es necesario reconocer y considerar que la responsabilidad mayor en la educación y formación infantil radica en los padres y en los establecimientos educacionales. En este sentido es conveniente considerar la siguiente opinión:

*"Nosotros debemos entregar una programación que satisfaga a niños, adultos, mujeres, hombres, jóvenes; pero si una madre se queja porque una película es violenta o hace llorar*



a su hijo, para qué le permite verla?. Tiene la opción de cambiar de canal o de apagar el televisor y creo que tiene la obligación de hacerlo y no de culpar a los responsables de la programación, aunque nosotros no queremos eludir la que nos corresponde, sólo pedimos que ésta sea compartida". (Revista QUE PASA N#475, mayo-junio 1980).

Si bien este argumento puede ser válido para familias bien estructuradas, puede también ser muy vulnerable para otros sectores. Por ello, pensamos que es importante reconocer que la protección y formación infantil es responsabilidad de la familia, del sistema educacional y de los medios de comunicación en general, y no de la televisión exclusivamente.

**- En relación a los temas sexuales:** En este punto se puede observar que hay profundas discrepancias. Por un lado se afirma que: "La violencia, la exaltación distorsionada de los aspectos físicos de la sexualidad, viene siendo desde hace mucho tiempo una fuente inagotable de pingües ganancias para comerciantes inescrupulosos" (Revista MENSAJE N#289, junio 1980).

El problema de esta afirmación, como otras de esta naturaleza, es no definir si por "sexualidad" se entiende pornografía, un simple desnudo o un beso apasionado, y si filmarlo es transformarse en un mercader. Es necesario, antes de emitir juicios, preguntarse a qué nos referimos con la noción de sexo o sexualidad. Aún más, en los hechos, no hay estudios realizados en Chile sobre el real efecto del denominado "sexo en la pantalla". Coincidimos, sin embargo, plenamente con el espíritu de la cita. En este sentido, creemos que la pornografía, el sexismo y otras expresiones aberrantes de la sexualidad, debieran estar ausentes de la pantalla.

Por otro lado, pensamos que la sexualidad no puede estar ausente de las pantallas. El problema fundamental es su tratamiento. Toda sociedad tiene una noción de decencia pública. Si bien el sexo entre marido y mujer es legítimo y deseable, la representación del acto sexual en la pantalla entre esposa y esposo es visto como algo absolutamente ilegítimo e indecente. Tal norma debería

ser respetada, como muchas otras. Sin embargo, es necesario considerar que la decencia pública es una noción en permanente cambio. En los inicios del cine, fueron un real escándalo los "besos" en la pantalla, luego fueron los desnudos. Actualmente para el espectador adulto es natural encontrarse con tales escenas. En este sentido, es necesario considerar una vez más el Annan Report en relación a la censura del sexo:

*"Aquellos que desean aplicar estrictas reglas sobre temas sexuales en la televisión, deberían recordar que los dramas serios escasamente podrían existir, sin el relato sobre las relaciones sexuales de los protagonistas. En literatura, en teatro y en cine, los escritores exploran la vida a través de las experiencias sexuales de sus personajes, ya que es una forma recurrente de mostrar los conflictos, tensiones y angustias que viven los hombres. Es el mismo público quien espera que el medio explore estas materias. Aún más, el uso del sexo como tema para comedias es tan viejo como la sociedad misma"* (Annan Report. Ibid, pag 255) (1).

Aún más, si bien es importante que la naturaleza del amor, del matrimonio y las relaciones humanas se revelen a través del comportamiento sexual, es importante también que el sexo se discuta y analice a través de técnicas sociales o médico-científicas. En este sentido, la información y la educación sexual son tan necesarias para mejorar la calidad de vida, como lo son otras disciplinas y programas de televisión.

**-En relación a la violencia:** En la bibliografía analizada, existe aparentemente un consenso en que hay exceso de violencia en la pantalla (es necesario tener presente que la violencia como el sexo, no necesariamente son el resultado de la TV comercial. También en la BBC, bastión del modelo de servicio público, hay lo que se denomina exceso de "violencia" y "sexo"). Sin embargo, es necesario entrar a categorizar la noción, pues se puede llegar a la conclusión, que tanto en el deporte como en el arte, en el drama, en las noticias y en los documentales, todos incluyen actos de violencia. El problema está en cómo distinguir la presencia de la violencia bajo la



forma de "diversión inofensiva", bajo la forma de "información", o bien, cuando ésta no tiene más sentido que "choquear impunemente". Si bien puede ser justificable mostrar escenas de violencia, se debe considerar el problema del tratamiento, es decir, la forma en que la escena está filmada y editada.

Otro problema lo representa la programación de programas con contenidos o escenas violentas en un horario incorrecto. Es impropio que después de un programa infantil, como son las tiras cómicas, se proyecte una película violenta para mayores. De igual forma, los jóvenes como los adultos tienen que protegerse de recibir lo que ellos o sus familias pueden considerar objetable. En este sentido, pensamos que avisos anunciando la presencia de escenas inapropiadas para niños, o escenas que pueden perturbar al telespectador, son medidas altamente apropiadas para tratar el problema de la violencia.

-**En resumen**, si bien no se puede afirmar con certeza científica que la TV ejerce **efectos directos** en el desarrollo y comportamiento de las personas y una influencia **determinante** en la sociedad, (Ver Annan Report, ibid, pág.26), es necesario reconocer y suponer que los temas sexuales y la violencia, como la información en general, tienen una considerable **Influencia** en los valores y normas morales que mantiene la sociedad. Es un medio que afecta de una manera u otra, en las actitudes y comportamientos de los individuos, a pesar de no haber acuerdo en la magnitud de estos "efectos" y su naturaleza. De aquí la necesidad de estudiar con mayor sistematización los "efectos" de la TV. Es también necesario que los programadores consideren estos estudios, al igual que evalúen el tema de la censura como medio de protección.

Aún más, pensamos que es necesario abstenerse de entregar juicios morales e ideológicos en relación a los efectos de la TV. Conceptos como "decadencia", "alienación", "distorsión de la realidad", "aspectos negativos del ser humano", son altamente relativos. Lo que es "decadente" para unos, no lo es para otros. D.H. Lawrence fue considerado un "decadente" y un "perverso", en cambio hoy está considerado

como un clásico de la Literatura Universal. El autoritarismo, para poner otro ejemplo, es para muchos una expresión decadente del Estado y del Poder, mientras que para otros es lo contrario. Desde otro ángulo, mientras unos critican el exceso de shows y la fabricación de un mundo "rosado y feliz", otros critican el énfasis de la TV sobre temas "violentos" y "sexuales", o que exageran la maldad del ser humano. Esta dualidad entre el "mundo feliz" que crea la Televisión y el mundo del horror demuestra la falta de sistematización en el estudio de los "efectos".

Al margen de la contradicción entre ambas apreciaciones, la noción misma de "distorsión" de la "realidad" o "alienación" son también relativas. Por ejemplo, en los países del Este se habla de la "distorsión" que realiza la prensa "capitalista" sobre la realidad "comunista", y viceversa en el caso de los países occidentales. Para algunos, el noticiero de Canal Nacional no distorsiona la realidad, sin embargo, una relación amorosa entre una pareja no sólo es una "distorsión del amor verdadero", es también una "aberración sexual".

Nos parece, en consecuencia, que tales conceptos son altamente problemáticos e inadecuados para intentar dilucidar la real dimensión de los efectos de la TV. En cambio, sí coincidimos plenamente con la siguiente proposición:

*"La solución, sin duda, no es rechazar y maldecir a priori como "caja maldita" a uno de los más importantes instrumentos de socialización de la realidad actual. Más bien se trata de conocerlo cabalmente en su lenguaje y posibilidades para poder así actuar sobre sus efectos". (1)*

Encuentro sobre TV Infantil, organizado por la Escuela de Periodismo de la U. C. (Enero 1985).

#### d) *Los Efectos y la Censura*

Un problema milenar en la cultura y las comunicaciones se relaciona con la censura como parámetro básico para diseñar, medir y materializar los derechos de libertad de expresión, los límites de lo normal y lo anormal, de lo moral e



inmoral, y de lo ético; es decir, lo que debiera o no decirse, hacerse o mostrarse en público. El péndulo va de un lado a otro dependiendo de los tiempos históricos, de los regímenes políticos y de los medios de comunicación. En el siglo XVII, lo "subversivo" o problemático fue el teatro; en el siglo XIX, comienzos de siglo, fue la novela; luego de la Primera Guerra Mundial fue el Cine, y actualmente podemos decir, es la Televisión. Resumiendo la polémica en términos peyorativos, se puede constatar que mientras ciertos sectores preocupados de la moral pública tienden a ver en los gustos y en las formas de entretención y placer popular una influencia "nefasta" o "decadente", otros preocupados por las libertades civiles proponen que en un real sistema democrático no debiera haber censura o control editorial.

El dilema de la censura es aún más complejo cuando se trata de países bajo regímenes democráticos. Existe la demanda natural por mayor pluralismo, mayor libertad de expresión, mayor variedad de alternativas, mayor participación social; instancias que, a nuestro juicio, la TV del futuro debe satisfacer. Sin embargo, esta proposición no implica necesariamente que en un sistema democrático, la censura o el control editorial desaparezcan de los medios de comunicación. Tal demanda, a nuestro juicio, no sólo es irrealista, sino además es irresponsable. Por esta razón, pensamos que la problemática debe ser definida en los siguientes términos: cuáles son los criterios para balancear la libertad creativa y el derecho a expresión, por un lado, y la sensibilidad de la audiencia y su sentido de integridad y decencia, por otro.

En este sentido, coincidimos con los postulados del Annan Report de la TV británica, cuando expresa que:

*"Los medios de comunicación deben considerar, no sólo los puntos de vista de la audiencia, además deben contemplar la convicción con que son mantenidos. La opinión pública no puede ser ignorada totalmente en la búsqueda de la libertad. Toda discusión sobre las normas de los programas deben distinguir, entre la ofensa privada y pública, nada que ofenda el sentimiento público y la decencia o que pueda estimular el crimen y el desorden, debe de ser*

*incluido en la programación"* (Annan Report. ibid. pag 245 -252).

Es importante tal postulado, ya que por lo general la televisión es vista en círculos familiares, en el hogar, de tal manera que la violación de tabús en el lenguaje, en los comportamientos y en las relaciones humanas, al ser vistos por toda la familia, pueden ser enormemente embarazosos e irritantes. Por esta razón, aparentemente hay consenso en que la existencia de un horario nocturno para mayores de 18 es altamente apropiado.

Sin embargo, la señalada normativa se encuentra vigente en Chile, pero se puede constatar la existencia de una censura altamente coercitiva en lo político, en lo moral y lo ideológico. Al extremo que para cualquier persona con juicio, inquietudes y sentido crítico, la programación llamada "adult", nada tiene de adulta y la "infantil", nada tiene de infantil. Antes de las 9.30. se dan películas más "sangrientas" que las programadas para adultos. A su vez, realizada la transición a las 9.30 de la noche, se programa fundamentalmente series norteamericanas, que en EEUU y el resto del mundo son para menores; o bien, se programan en horarios para mayores, shows para la familia y algunas "Franjas Culturales" para todo público.

En este sentido, en un sistema democrático no se puede demandar que todo programa esté regido bajo un solo standar moral. Al igual que en el análisis sobre los "efectos", es necesario reconocer que los puntos de vista en relación a los valores cambian, evolucionan y son heterogéneos. De manera que uno no puede pretender, a nuestro juicio, que toda la programación se ajuste a sus convenciones, tabús, creencias y principios, pretendiendo así dirigir la mayoría social. Por el contrario, en toda democracia real se espera que los programadores muestren la pluralidad y comuniquen aspectos problemáticos de la vida y la sociedad. Se espera también a nuestro juicio, y como es natural después de toda dictadura, la realización del sentido crítico y disidente, presente en toda sociedad civil y política democrática. En este sentido es aplicable la siguiente cita del Annan Report:



*"Las opiniones impopulares pueden ser conflictivas, sin embargo, ser valiosas. Luego de reflexionar, se puede descubrir que habían razones para ser conflictivas, ya que permitió descubrir un nuevo horizonte o verdad". (Annan Report, pág. 262).*

En un sistema democrático pues, se debiera partir de la base que el público tiene capacidad para discernir entre el bien y el mal, lo positivo y lo negativo. A nuestro juicio, es una expresión típica del "iluminismo despótico", pensar que la gran mayoría no es consciente cuando un escritor o director al tratar de articular su propia convicción de la realidad y la verdad, ha sido honesto en la representación, por ejemplo, de la sexualidad, la violencia, la blasfemia, y los conflictos políticos y sociales que vive el pueblo. En este sentido, a nuestro juicio, lo que más denigra e insulta de las políticas ideológicas arbitrarias y autoritarias, es la coerción y la manipulación con el fin de ocultar la verdad y aplastar el sentido crítico de todo individuo e institución.

En resumen, si bien en todo sistema democrático existe el legítimo derecho a cuestionar, tiene que darse un balance entre aquellos programas que cuestionan las normas y valores sociales y aquéllos que los refuerzan. Es decir, junto con reforzar las tradiciones y costumbres culturales e históricas, es necesaria también la innovación, la creatividad, y el desarrollo del sentido crítico de todo pensamiento libre. Más aún, si bien reconocemos que los códigos sociales sobre lo que es correcto e incorrecto pueden ser relativos, esto no implica que los programadores y realizadores puedan desconocer la existencia de lo correcto y lo incorrecto, de lo moral y lo inmoral, de la verdad y la mentira.

En suma, creemos que el balance flexible y responsable entre la censura y el reconocimiento de la diversidad en el plano cultural, ideológico, moral y creativo, es un mecanismo realista para afrontar la problemática de los efectos de la TV. Sobre todo tenemos la convicción que la experiencia demuestra que los llamados efectos "negativos" de la TV no se solucionan en un sistema democrático, con políticas autoritarias,

arbitrarias, manipulativas y coercitivas; por el contrario, se supera con el diálogo, con la intercomunicación de los diferentes sectores sociales, y una relación comunicacional y bidireccional entre programadores y televidentes. (Ver del autor: "Los desafíos de la Televisión Chilena del Mañana". *ibid*, pag 17, 18).

## **2. Utopías y realidades del servicio público de televisión**

### *a) Definiciones conceptuales*

La TV chilena fue desarrollada teniendo como parámetro el modelo de servicio público europeo, cuya adaptación dio vida a la TV universitaria y estatal. Diferentes especialistas, críticos y teleespectadores sostienen que la TV chilena evolucionó al modelo que trató de evitar: "la TV comercial".

En el artículo primero de la ley 17.337 se estipula que la TV deberá "informar", "educar" y "entretener sanamente"; se pretendía así, que cumpliera funciones "de servicio público". Sin embargo, existe prácticamente un consenso entre las diferentes tendencias analíticas, en relación a la transformación de este modelo en un modelo "comercial de televisión". Si es así, esto plantea una serie de desafíos para el futuro, sobre todo tratándose de una televisión Universitaria y Estatal. He aquí algunos comentarios sobre el carácter actual de la TV chilena.

*- "La TV chilena en 1972 se asemeja más al modelo de TV de Servicio Público; tenía porcentajes de programación cultural muy similares (13.1 y 15.2% respectivamente): tenía algo menos de diversión que la TV comercial. Una década más tarde, la TV chilena ha evolucionado hacia el modelo de TV comercial: tiene porcentajes similarmente bajos de programación cultural (4.4 y 4.3% respectivamente). Pero el modelo chileno en 1982 muestra el mayor porcentaje de programación de diversión (79.7%); superior al modelo comercial-privado (71.1%) y superior a cada una de las redes comerciales privadas base del modelo expuesto." (Valerio Fuenzalida: "Transformaciones en la Estructura de la T.V. Chilena" . pag, 26. CENECA.1983.*



-*"En primer lugar, hay que admitir que el propósito que en sus orígenes animó la entrega de canales a la universidad no se tradujo jamás en programación coherente con aquella intervención cultural. El simple hecho de que siempre se haya denominado 'frangias' a los escasos espacios que cumplieran fines culturales, habla por sí solo".* (Qué Pasa Nº541, 1981).

-*"Según todo esto que vamos viendo, la televisión se ha transformado en un mero ente comercial, lo que interesa hacer a través de la televisión es vender. Vender un producto o un modelo de vida... Por otro lado, siento que esta Televisión que hoy en día es ese medio de comunicación que está presente, debe tener, y hoy no lo tiene, un valor educativo..."* (Alicia Sanhueza. *Intervención en seminario "El Sistema televisivo Chileno"*, CED-CENECA, 1985).

A nuestro juicio, una de las razones de la crisis del llamado modelo de "servicio público" está ligada a la incomprensión de conceptos como educación, cultura y entretenimiento. Esta deficiencia conceptual y la crisis misma, plantea la necesidad de reformular la noción de servicio público, precisamente con el objetivo de rescatar esta noción de televisión.

Al crearse la distinción entre "información", "cultura", "educación" y "entretenimiento", los programadores y analistas han parcializado, a nuestro juicio la programación en cuatro supuestos generales: "lo educativo", que se relaciona con lo "serio", con la "educación formal", con lo instructivo; la "cultura", con las "bellas artes" o con la "cultura selecta" o con el iluminismo; lo "informativo", relacionado con noticieros y reportajes; y la "entretenimiento", que se relaciona con películas, seriales y shows de diversión. Este tipo de esquematización y parcialización ha tenido determinados efectos. Por un lado, pensamos que ha pre-condicionado al público televidente a descodificar los mensajes televisivos dentro de estas cuatro categorías, imponiendo una lectura reduccionista que incapacita al televidente para ver y rescatar todo lo educativo e informativo y cultural que tiene por ejemplo, un programa dramático-artístico.

Por otro, el público está precondicionado a ver

la TV como un medio de entretenimiento y, de hecho, la gran mayoría busca eso a través de la pantalla. Esto ha implicado que la mayoría de los televidentes paulatinamente se fueron alienando de los programas propiamente educativos, informativos y de las "grandes artes", en la medida que estos mismos no fueron programados para entretener. En este sentido, por muchos años se visualizó la entretenimiento como una forma incompatible y excluyente de los llamados programas educativos y de información. No es casual pues, que estos programas tengan baja sintonía, salvo excepciones.

#### b) *Articulación en las funciones televisivas*

Es necesario admitir que la separación entre lo "educativo", lo "informativo" y la "entretenimiento" es más teórica que real. De manera que conceptos como entretenimiento, educación, información, no se contraponen necesariamente, sino que, por el contrario, es necesario articularlos. En este sentido compartimos plenamente con el siguiente planteamiento de la Conferencia Episcopal de Chile:

-*"La educación no se realiza al margen de la sociedad, sino al contrario, está profundamente influida por los valores que se transmiten a través de los medios de comunicación social, por las motivaciones que los organismos públicos y privados cultivan en la población. No puede darse una completa acción en la educación sin atender a estos fenómenos de la "ciudad educativa".*

-*"Los canales tienen la misión cultural global, orgánica, totalizadora y su programación debiera traducir esa misión. Un noticiero, una teleserie, un concurso o un show musical ponen en juego valores, actitudes, conductas, en una palabra gravitan culturalmente."* (Mensaje Nº 301, 1981. "La Reforma Educacional").

Dentro de esta óptica, creemos que es conveniente reemplazar la noción de programas de "entretenimiento" por programas "artísticos" para referirse a esa amplia gama de **géneros culturales** que son el cine, el drama, la música, los shows, las comedias, las series y seriales. Estos géneros artístico-culturales, sin distinguir entre lo sofisticado y lo simple, lo que es de élite y



lo que es popular, lo nacional y extranjero, siempre implican la intervención de artistas. La noción de "entretención", en cambio, es una aspiración, una propuesta general, en la medida que el televidente espera que todo programa, sea informativo, educativo o artístico, sea de interés y entretenido. Al limitarse la noción de "entretención" al campo artístico-dramático, se ha producido el divorcio del espectador de los programas "serios" y "formales". Es por eso que al convertir la noción de entretención en una propuesta y necesidad general, el gusto del televidente se dirigirá también hacia los programas no artísticos, más informativos y educativos, ya que estos también deberían ser creados para "entretener sanamente".

Si los conceptos de "información", "educación", "artes" y "entretención", están presentes -de una manera u otra- en cada programa como formas culturales, es necesario, por consiguiente, intentar realizar una adecuada y conciente articulación de ellos.

En resumen, es necesario admitir que conceptos como cultura, información, educativo, entretención son conceptos generales, amplios; que no pueden ser restringidos a las bellas artes o a la "alta cultura", o a ciertos esquemas empiricistas.

### c) Programación y servicio público

En los seminarios nos encontramos con un consenso en cuanto a la necesidad de proporcionarle a la TV un carácter de "servicio público", precisamente por la enorme influencia que tiene o puede tener sobre el comportamiento social. Sobre esta base se sostiene que la TV debe contribuir a mejorar la sociedad: cultural, moral y políticamente. Uno de los argumentos que se da al respecto es el siguiente:

*"A mi juicio, uno de los errores más dramáticos de nuestra época es el pésimo uso que se da a la TV. Un arma moderna formidable para construir una óptima escala de valores en la juventud y para corregir las distorsiones que sufren las generaciones adultas está siendo inconscientemente desaprovechada". (Pablo Rodríguez. Que pasa N# 568, Marzo 1982).*

Si bien nadie en su sano juicio negaría tal necesidad, la proposición va acompañada, en este caso, de un claro sentido paternalista. Hay un dejo de despotismo iluminista, en tanto supone que los objetivos morales, culturales y políticos pueden ser formulados, acordados y luego impuestos mediante la TV al resto de la sociedad. Esto es posible en las dictaduras, sin embargo, tal política es incompatible con un sistema democrático.

En este sentido, pensamos que es necesario ser más moderado y menos ambicioso. Reconocer que en las mejores circunstancias la TV puede expandir el horizonte del conocimiento, las inquietudes y los intereses de la persona, puede y debe ayudar a la comprensión de los problemas sociales y humanos, lo cual indudablemente es un paso positivo en la solución de estos. Es irrealista, no obstante, pedir a la TV solucionar los problemas educativos, sociales y políticos de una sociedad; es aún más irrealista pedirle que solucione los problemas existenciales, morales, espirituales y psicológicos de identidad que puedan tener los sujetos televidentes. En otras palabras, los objetivos de la TV no son asumir funciones "legislativas", o "judiciales", ni asumir el papel de los partidos políticos en la conducción social, ni reemplazar el sistema educacional formal, ni realizar el papel de iglesia moralizadora. En este sentido los diagnósticos coinciden que la TV ha fracasado y está destinada a fracasar, si se pretende que ellos sean sus objetivos.

Esto no significa abandonar la noción de "servicio público", implica más bien su reformulación y adecuación a las realidades actuales. Los noticiarios, los programas de actualidad, los foros y debates públicos, las franjas culturales, e incluso hasta ciertas expresiones de los show de variedades, como las campañas de solidaridad y orientación pública de Sábados Gigantes, tienen un carácter de servicio público. Programas de diversión como el cine, el deporte, en tanto cumplen funciones culturales y de recreación, deben ser considerados como servicio público. Tales programas, además de tener una acogida masiva, son para muchos el



único medio de entretenimiento, encanto y fascinación que tienen en la vida diaria. Entregar ese placer es, a nuestro juicio, un servicio público en su dimensión cultural. El "acceso" mismo a la TV por parte de artistas, cineastas, músicos, escritores, políticos, líderes de opinión, dirigentes, grupos sociales organizados, instituciones, es necesario considerarlo también como un servicio público de la TV.

Pensamos, entonces, que la noción de servicio público no puede estar restringida al desarrollo de "campañas": de educación de tránsito, de nutrición infantil, de solidaridad y beneficencia, de protección del medio ambiente y programas educativos. Tales campañas son un tipo de servicio público, dentro de todo el conjunto de servicios que entrega la TV a la sociedad.

**En resumen.** La noción de "servicio público" debiera ajustarse a lo que la TV **puede y debe** realizar. No tiene sentido plantearse metas y objetivos utópicos e irreales como sería pretender que la TV jugara el papel de "estado benefactor", de "ministerio de educación y cultura", de "guardián ideológico" o un medio evangelizador. Hay que considerar que la TV desde el momento que cumple efectivamente, de una forma u otra, con informar, educar, recrear, entretener y divertir, está en los hechos desarrollando un servicio público. Pensamos que, sobre todo, está desarrollando, para bien o para mal, el ámbito y la vida cultural del país.

#### *d) Programación y cultura*

¿Qué es cultura? La noción de cultura no puede ser restringida y elitista. Pensamos que "lo popular" es una cultura, una identidad al igual como lo es "la cultura de masas" y la llamada "alta cultura". Indudablemente que cada una tiene su propia naturaleza, sus propias características y especificidades. Es justamente necesario reconocer y aceptar esta heterogeneidad como lo propio de la cultura contemporánea. (Trasciende las posibilidades de este trabajo estudiar cada una de estas culturas, por lo que seguiremos refiriéndonos a ellas en términos más genéricos).

- **Lo popular:** Para muchos, la cultura se relaciona con las diversas escuelas y tendencias del "racionalismo iluminista". Todo aquello que no es "racional", ni recoge las diversas tradiciones "iluministas" del pensamiento Humanista y de la Ilustración, es considerado "incultura" o, dicho de otro modo, se les considera expresiones alienadas y deformadas de la "real" cultura. Es así como la "cultura popular" al estar compuesta en una importante medida por elementos "melodramáticos", "simbólicos", "místicos", irracionales, tradiciones mundanas, rituales, supersticiones, que en su conjunto no obedecen a la lógica racional-iluminista, terminan por estigmatizarse. Recordemos que el teatro popular de Molière, que rescataba y se adaptaba a los gustos populares, fue atacado por estas razones como "vulgar" y "subversivo". Esta contraposición, de una manera u otra, sigue presente actualmente. (Ver J. C. Altamirano, "Don Francisco, un caso de Televisión", en imprenta; en relación a la prensa: Guillermo Sunkel. "Razón y Pasión en la Prensa Popular". ILET, Santiago 1985).

Más aún, pensamos que la cultura popular no es sólo la cultura de la "clase obrera", del "campesinado", de los "pobres" y de los "marginados". La cultura popular parece estar compuesta por múltiples elementos ideológicos heterogéneos que corresponden a diferentes tradiciones y sectores sociales, incluyendo a la llamada "clase media". Es una identidad que puede ser definida en oposición a la concepción "racional-iluminista" del ser humano.

En relación a la TV, cabe destacar la deformación que significa asignar a lo popular una divulgación solamente a través de los "shows"; la cultura popular es mucho más diversa, rica y valiosa como para limitarla al marco de éstos. En tal sentido, la TV tiene la responsabilidad de darle espacios a otras expresiones y representaciones de lo popular como es, por ejemplo, la presencia del personaje popular en su propio entorno cultural y simbólico. Se trata precisamente que la cultura popular no se exprese sólo a través de las "estrellas" populares, sino además por medio de sus propios actores y personajes. En este sentido, tiene especial relevancia la siguiente impresión:



*“Nos vamos dando cuenta que ahí ( en la TV.) hay una imagen que nos están entregando, que es una imagen de mujer ideal, y también nos vamos dando cuenta que es una imagen ideal de familia, una imagen ideal de medio social, que no responde a la realidad de una gran mayoría, de la situación social que hoy día Chile está viviendo. Esto nos lleva a preguntarnos por qué en los programas de televisión no aparece el niño común y corriente de una población y se privilegia el niño de ojos azules....entonces, nos vamos dando cuenta, solamente con estos elementos, que hay una intencionalidad en la televisión de querer mostrarnos una realidad que no es la nuestra.”* (Intervención Alicia Sanhueza. Seminario “EL Sistema Televisivo en Chile”, *ibid*).

Nos parece muy acertada esta observación. Ni la cotidianeidad popular, ni los problemas populares están presentes en la TV. chilena. Aún más, los conflictos que realmente aquejan a estos sectores sociales son reprimidos o ignorados en las pantallas de nuestro país. Por consiguiente, difícilmente tales sectores pueden identificarse y sentirse representados en las imágenes que representa la TV. Cabe destacar que el desarrollo de la identidad nacional de todo país pasa necesariamente por la divulgación de la religiosidad, las tradiciones, creencias, valores y aspiraciones de la cultura popular, de la misma manera que la divulgación de sus problemas y conflictos. Creemos que difícilmente podrá realizarse una integración nacional y la vitalización de la identidad “chilena”, ignorando o no representando lo popular y su cultura.

Rechazamos, pues, aquella actitud iluminista que, entre otras cosas, en nombre de la “civilización” aniquiló las expresiones culturales indígenas y populares de los pueblos latinoamericanos. Entendemos que entregar saber es una necesidad y un deber incuestionable, pero no en desmedro de los gustos, creencias y valores populares. De la misma manera, creemos que es necesario rechazar las actitudes “anti-intelectuales”, anti-élite” de la cultura de masas. Pretender extinguir las élites artísticas, intelectuales, o pretender que éstas se adapten al gusto “popular”, es también una actitud despótica. Las élites siempre han existido y seguirán existiendo en cualquier

régimen político; y, en el ámbito intelectual-cultural, se puede afirmar que han jugado un papel importante en el desarrollo cultural.

- **Sobre la “alta cultura”:** En relación a la llamada “alta cultura”, pensamos que la TV tiene un papel que jugar en su divulgación y desarrollo, al igual que tiene tal obligación en relación a lo popular. La sociedad Occidental en la cual Chile está inserta, requiere para su desarrollo y bienestar un ser humano racional e ilustrado. De ello depende la ciencia, la tecnología, la política, la economía, la literatura, el arte, etc. Por esta razón, pensamos que es una obligación de la TV difundir la llamada “cultura selecta”. En otras palabras, aunque “lo serio” y lo “intelectual” no vendan en TV, es necesaria la divulgación de estas expresiones selectas, por ejemplo: programas de literatura, artes plásticas, filosofía, sicología, economía, poesía, música clásica, etc.

Si bien creemos que la TV no es el medio más adecuado para la divulgación de estas artes, ya que por un lado al hacerlas televisivas, de una manera u otra se produce una deformación y simplificación de éstas; y por otro, está el hecho de que son artes creadas y consumidas por una élite; pensamos, sin embargo, que los Canales Universitarios tienen la responsabilidad y el desafío de ir creando el hábito y la inquietud por esta cultura. Pero, en última instancia, y parece existir un consenso sobre este punto, es la responsabilidad ineludible del Estado, a través de la televisión, fomentar el desarrollo y divulgación de las “grandes artes”, de la ilustración y el saber.

**Sobre la “cultura de masas”:** La “cultura de masas” surge con el desarrollo industrial de las grandes urbes cuyos grandes objetivos han sido la uniformización, centralización, especialización y masificación de la producción y distribución. No obstante, en la actualidad estos conceptos están seriamente cuestionados por las mismas transformaciones que está sufriendo la sociedad industrializada. El concepto mismo de “comunicación de masas” ha entrado en crisis; de igual forma, el concepto de centralización, especialmente en relación a los medios de comunicación y al Poder. (Ver Alvin Toffler. “La Tercera Ola”, Plaza y Janes Editores. Barcelona, 1980).



En este sentido, hay una conciencia creciente, desde publicistas hasta educadores, que para llegar al público y crear una intercomunicación social, se hace cada vez más necesaria la segmentación de los mensajes y discursos, reconociendo que la sociedad no es una "masa" uniforme, sino que se compone por individuos y grupos con diferentes culturas, identidades, gustos, valores y educación. La cultura de cualquier pueblo está compuesta por la diversidad y el pretender uniformarla, no sólo es una pretensión utópica, sino además despótica. Desde esta óptica, si bien la TV es producto de la "cultura de masas" y es un medio de comunicación de masas, pensamos que la política de comunicación masiva debería estar articulada con una política de "narrowcasting", vale decir, dirigir la programación a sectores específicos, cuidando satisfacer sus particulares intereses e inquietudes.

**Sobre la cultura nacional.** Quizás la más vieja utopía del continente latinoamericano se refiere a rescatar, producir y mantener una cultura-identidad nacional. Posiblemente la última ofensiva en esta larga lucha fue el movimiento cultural "antimperialista" desarrollado a partir de los años 60, sobre todo en relación a Estados Unidos. No pretendemos entrar a estudiar esta larga polémica sobre la identidad del pueblo Latinoamericano y menos aún, pretender entregar una respuesta definitiva a esta lucha y problemática. En todo caso es necesario, a nuestro juicio, contemplar algunas variables para el diseño de una política democrática de programación.

La primera pregunta que resalta, se refiere a la procedencia cultural e ideológica del pueblo chileno. Partimos en este sentido con la hipótesis que afirma: que en países cuyas culturas indígenas fueron altamente desarrolladas, como el caso de Perú o México, el problema de la identidad nacional, aparentemente, ha sido menos problemático; existe, en este sentido, mayor homogeneidad e integración. En el caso de Chile, la ausencia de una cultura indígena desarrollada dejó un vacío, el cual fue siendo llenado por criollos, invasores y emigrantes, con importaciones culturales e ideológicas de todo tipo: pensamientos políticos, económicos, filosóficos, científicos, que van des-

de el liberalismo al marxismo. Pero también se importaron/exportaron desde los países centrales, instituciones como: las universidades, el parlamento, doctrinas, modelos de desarrollo, estilos de vida, relaciones de producción, medios de producción, etc. A nuestro juicio, ésta es una realidad intrínseca en nuestra cultura y es necesario confrontarla sin vergüenza ni complejos.

Cabe destacar por otro lado, siguiendo con esta hipótesis, que las importaciones/exportaciones culturales que se realizan desde los países centrales viven un proceso de adaptación a la realidad "chilena"; adaptaciones que con los años terminan formando lo que llamamos la "idiosincrasia chilena", "la identidad nacional". En otras palabras, si bien el sistema parlamentario y la misma noción de Estado son eminentemente una invención europea, no es menos cierto que durante los 150 años de democracia en Chile, estas instituciones fueron asumiendo un perfil propio y específicamente "chileno"; lo mismo ocurre con las diversas doctrinas, modelos de desarrollo y hasta con los gustos y modas extranjeras. Es decir: son extranjeros o europeos hasta que se hacen chilenos. Pensamos que tal proceso ha sido una de las especificidades más determinantes desde la Conquista hasta hoy, en el desarrollo de la identidad cultural de Chile.

Indudablemente nuestra idiosincrasia no está compuesta solamente por adaptaciones de modelos extranjeros, sobre todo si pensamos en el folklore, la religiosidad popular y en los hechos históricos con todos sus significados. Se puede decir que nuestra identidad y cultura está compuesta por "lo chileno" y lo "chilenizado". Recalcamos esto, ya que muchos de los sectores que legítimamente se preocupan del problema del desarrollo y la conservación de la cultura-identidad nacional, tienden a caer en políticas utópicas y arbitrarias. A nuestro juicio, es legítimo y necesario preocuparse de las llamadas "hegemonías imperialistas", pues de hecho existen como tal. Pero es diferente cuando nos encontramos con opiniones que, al intentar reafirmar la identidad nacional, están de hecho negando la naturaleza heterogénea de nuestra identidad nacional.



Si bien coincidimos plenamente con la necesidad de fortalecer y desarrollar la cultura y la identidad nacional, es necesario hacerlo partiendo de la naturaleza misma de nuestra procedencia cultural. En este sentido, es necesario reconocer que una de las tradiciones y especificidad de la identidad cultural chilena ha sido la *importación y adaptación* de modelos extranjeros, lo que llamamos "chilenización".

Otro factor importante de considerar es que la cultura occidental, nos guste o no, se ha transformado eminentemente en multinacional, sobre todo en relación al mundo de la TV, jugando Estados Unidos un rol hegemónico. Se ha producido una transnacionalización de identidades, formatos y contenidos de la televisión. Actualmente existe un enorme intercambio de teleseries y shows en América Latina y lo mismo ocurre a nivel global. Este hecho se profundizará más aún con la introducción de los satélites caseros que permiten recoger ondas de TV desde cualquier parte del mundo. Estamos frente, pues, a la eminente penetración y adaptación de una cultura e identidad transnacional.

Sin embargo, pensamos que esta problemática no se soluciona levantando "murallas"; más bien se trata de asumir lo inevitable y adaptar a nuestras realidades las nuevas y viejas tendencias culturales y los llamados "avances de la sociedad industrial". A nuestro juicio, es en este proceso de adaptación, concordante con nuestra idiosincrasia, donde mayor esfuerzo hay que plasmar, pues es fácil comprobar que los modelos importados que no han sido adaptados a nuestra realidad, no sólo han chocado con ella, sino que han traído nefastas consecuencias.

**En resumen**, pensamos que el objetivo cultural de la TV chilena es representar a través de los más diversos formatos, lenguajes y géneros, esta diversidad cultural, que es finalmente lo que constituye la cultura y la identidad nacional de un país.

## LA CALIDAD TELEVISIVA

¿Cómo definir y medir la calidad televisiva?

Recogiendo diversas ideas e impresiones, diremos que depende del nivel cultural de la televisión. Este se expresa en la calidad artística de sus programas; en la capacidad para informar objetivamente e intercomunicar a la sociedad; en su poder para ampliar los horizontes del conocimiento; en la capacidad para dar respuesta a las necesidades, gustos y demandas del televidente; y en la capacidad de entretener, divertir y recrear al telespectador. Unos buscan tan sólo calidad en un aspecto, otros lo hacen en todos ellos.

Se puede constatar por la experiencia, que la calidad televisiva está determinada principalmente por los siguientes elementos: el uso del lenguaje televisivo; la capacidad creativa e innovadora de la televisión; el financiamiento y el mercado; las relaciones laborales; el nivel técnico y profesional de los trabajadores de televisión; y el nivel de desarrollo de los valores democráticos. A su vez, estos elementos están sobredeterminados, como hemos insistido, por el régimen político y económico en cuestión. A juicio de muchos especialistas, sin una adecuada respuesta a estos desafíos, difícilmente se puede lograr desarrollar una televisión de calidad. Examinemos estos elementos.

### 1. Los factores económicos: competencia y ratings

¿En qué sentido los factores económicos inciden en la calidad televisiva?

Indudablemente, lo primero que resalta, es que países con insuficientes recursos tienen un enorme desafío para desarrollar grandes programas de televisión. Sin embargo, tal no es el problema mayor de la TV chilena. Por el contrario, con escasos recursos ha sido capaz de saltar innumerables vallas desde el punto de vista técnico e incluso formal. El problema entonces es otro.

En la estructura actual de la TV, los canales de televisión están obligados a autofinanciarse. Desde ese momento, pasan a depender exclusivamente del financiamiento proveniente de la publicidad y los auspicios. Se inicia así la competencia para incrementar el porcentaje de sintonía y atraer los avisadores. Dentro de esta lógica, la programación pasa a estar determinada por dos



factores: el juicio de los ejecutivos de televisión, los cuales programan a partir del rating que suponen pueden tener los programas; y por los avisadores, los cuales definen su política de inversión de acuerdo a la teleaudiencia de los canales y sus programas. En definitiva, dentro de este esquema, el rating pasa a ser el elemento determinante en la toma de decisiones sobre el carácter de la programación. Las deficiencias de este orden televisivo para muchos son obvias. Estas nos fueron expresadas por diferentes directores, productores y periodistas de televisión:

- "La programación tiene que ver con costos. Hay que resolver conjuntamente la programación, sus costos y el auspicio"
- "El auspicio determina totalmente el programa que sale, porque el Canal 11 no puede competir ni técnica ni económicamente con los otros. Yo tengo en mente un ideal de programa infantil, pero no es posible. Existe un problema económico, no hay medios..."
- "Por ejemplo, un programa tan bueno como Mazapán, lo sacaron por plata, porque no tenía audiencia por los horarios y porque la competencia contrarresta con anzuelos más atractivos."
- "La única posibilidad es que exista un canal cultural que no tenga que definirse por la competencia."
- "En términos generales el 13 se ha automarginado de un deber. Debería atreverse a romper los marcos de la competencia."

Si bien el rating a simple vista pareciera ser un sistema "democrático" en tanto supone que recoge las preferencias y deseos de los televidentes, es sin embargo, a juicio de muchos, un sistema esencialmente arbitrario. Las razones son las siguientes:

#### a) *Sobre el rating*

Existe la falacia que a través de él los telespectadores escogen la programación. Sin embargo, si un programa tiene alto rating, no significa necesariamente que sea del gusto del telespectador. En rigor, generalmente el telespectador es impulsado a mirar un Canal o escoger un determinado programa, debido a que no tiene otra posibilidad de elección; o bien,

termina optando por lo menos malo. Esto es aún más problemático en el caso de la TV chilena, la cual se caracteriza por tener una programación altamente homogénea. La realidad es que el usuario escoge entre equivalencias, o bien, apagar la TV. Nos preguntamos: ¿son éstas verdaderas opciones?. ¿Es realmente el telespectador quien escoge?. La respuesta es negativa.

Con este sistema de programación paralela y homogénea se satisfacen las necesidades de la competencia, pues entre equivalencias el rating se reparte más o menos equitativamente; no obstante, no satisface los gustos y demandas del público telespectador. En segundo lugar, el rating es una forma de medición cuantitativa, pero no cualitativa; sin embargo, en nombre de él se juzga la calidad y aceptación de los programas. Un programa con baja audiencia es considerado un fracaso y vice versa. Tal situación es, a juicio de muchos, absolutamente inaceptable. El rating es una forma práctica y válida, como medio de referencia para los auspiciadores y ejecutivos, en tanto mide el número de televisores encendidos en cada canal, programación y horario. Pero no puede ser considerado como un sistema evaluativo de lo estético, formal o del contenido. Su objetivo no es preguntar "si gusta o no gusta la programación", "si es de calidad o deficiente", o bien, preguntar "qué le gustaría ver".

Por lo tanto, si bien es legítimo que exista el rating como medio cuantitativo de medición, no puede transformarse en un parámetro cualitativo. La calidad de los programas debe ser evaluada independientemente de los televidentes y, fundamentalmente, de acuerdo a la política cultural-televisiva que fije cada corporación.

Por último, el rating presenta otras deficiencias en relación a la forma misma de recoger la información. Es sabido que tanto en las compañías de marketing como en los canales de televisión se da un porcentaje de datos alterados. En algunos casos, los mismos jóvenes que hacen los recorridos casa por casa llenan la tabla a su gusto con el fin de terminar pronto con el trabajo; en otros, el mismo usuario, por una razón u otra, no entrega la verdadera información. Además, los ratings se realizan esencialmente en Santiago, quedando el resto del país marginado.



## b) *Alternativas*

Se plantea, entonces, la necesidad de una autonomía frente al rating en lo que a medir la calidad de los programas y a las decisiones sobre programación se refiere. A nuestro juicio, el sistema alternativo al rating es la política que hemos denominado como "bidireccional" de comunicación. (ver del Autor: "Los Desafíos de la TV Chilena del Mañana. *ibid*, pag 17-21). Vale decir, el permanente flujo de información entre mensajeros y receptores. Se trata de implementar una efectiva y generalizada política de retroalimentación en cuanto a los gustos y demandas del telespectador, introduciendo un sistema periódico de encuestas de preferencias, estudios de audiencia y efectos, más la existencia de asesorías multidisciplinarias para desarrollar programaciones específicas de utilidad pública. Pensamos que sobre esta base se deberían evaluar los programas y tomar las decisiones de programación.

Cabe destacar, que tanto Canal 13 como TVN han realizado investigaciones de audiencia o experiencias de retroalimentación. También productores de Canal 11 han encargado investigaciones a empresas de marketing. Sin embargo, como nos informara un investigador de Canal 13: "Los productores o directores que piden hoy los estudios, aún conociendo el resultado, no modifican su programación por temor a perder audiencia". Más adelante nos referiremos a este problema puntual. Lo importante a saber es la falta de motivación y disposición de los Canales por implementar una política bidireccional de comunicación como alternativa a la política unidireccional actual. Tal transformación debiera ser una prioridad en el futuro democrático.

Indudablemente, el problema del rating y la competencia no tendrá solución mientras se mantenga la actual estructura de financiamiento. En la primera parte publicada de este estudio, se proponen formas alternativas de financiamiento para la TV. Estas propuestas parten de la base de que los canales deberán seguir, en gran medida, autofinanciándose. Sin embargo, es posible a través de normativas, limitar drásticamente el nivel de influencia de los avisadores en las deci-

siones de programación. Así lo demuestra la experiencia de la TV europea.

En este sentido, existe la necesidad de racionalizar la presencia de la publicidad, demanda que es generalizada por la teleaudiencia. Se trata simplemente de aplicar las normativas generales de la Ley 17.377, en el sentido de reducir el número de avisos publicitarios por hora, además de una importante y nueva variable: los espacios de difusión publicitaria no deberían estar sincronizados en un mismo horario en los tres canales. En el actual sistema, el telespectador no tiene otra opción más que ver publicidad, ya que, por lo general, los cortes publicitarios coinciden en los tres canales al mismo tiempo. Esa es una situación inaceptable en cualquier parte del mundo.

Otra proposición concreta en relación a la influencia de los auspiciadores, es que un número considerable de programas y géneros de televisión necesarios para mantener la calidad televisiva sean subvencionados con fondos públicos y no dependan así del financiamiento de los auspiciadores, ni de criterios económicos influenciados por la competencia. (Ver del autor, *ibid*, pag 53-55).

## c) *Sobre la competencia*

Siguiendo con la idea planteada en la primera parte del estudio publicado, pensamos que sería altamente positivo racionalizar la competencia, en el sentido que cada Canal asuma la identidad y carácter con cuyo fin fue creado. (ver del autor, *ibid*. pag., 35-42.). En otras palabras: "que exista un acuerdo intercanales, casi utópico, de especialización y no de competencia". (Rosario Guzmán). Dicha especialización sería altamente bienvenida; en esta dirección, la iniciativa de la "señal 2" de TVN, como canal exclusivamente "cultural", es muy positiva; así como lo es también que la Corporación de la Universidad de Chile esté asumiendo la tarea de desarrollar su programación hacia el área periodística. Vale decir, cada canal debiera tratar de satisfacer las necesidades y demandas de sectores sociales específicos, como lo hacen las radios y la prensa. Por "utópico" que sea plantearse esta necesidad,



cabe destacar que los sistemas televisivos de los países desarrollados justamente tienden cada vez más a la especialización o segmentación de sus mensajes; lo cual indica la factibilidad y necesidad de tal proceso.

Por otro lado, está presente el problema que la competencia por el rating conlleva a una programación homogénea entre los canales. En Chile si un canal programa una serie de Hollywood, el otro canal responderá igualmente. Si uno programa un show, los otros también lo harán a la misma hora. Las franjas culturales se programan en un mismo día y en un mismo horario, lo mismo ocurre con los noticiarios, con los programas deportivos, etc. De esta forma se comparten más o menos equitativamente los ratings. A esto se suma la falta de pluralismo y de derecho a libre expresión, lo que se manifiesta en la falta de diversidad en los contenidos, formatos, lenguajes y canales de difusión. En conclusión, tenemos que la programación chilena se caracteriza por una falta de diversidad y una excesiva homogeneidad, lo cual poco contribuye a la calidad televisiva, en tanto no permite la elección y participación del telespectador en la realización de sus gustos y necesidades.

**En resumen**, pensamos que la homogeneidad y el paralelismo en la programación debiera ser reemplazada por mayor diversidad, heterogeneidad y competencia por mejor calidad. Esto se asegura, por un lado, neutralizando la política de competencia por el rating, lo cual es posible con una estructura de financiamiento mixta, y una descentralización del duopolio de televisión estatal y universitaria. En este sentido, la introducción de la TV Independiente al sistema televisivo nacional constituiría, a nuestro juicio, un elemento de renovación, vitalización e innovación, en tanto permitiría que el pluralismo y la participación social tuvieran más canales para expresarse.

## 2. El lenguaje televisivo.

### a) *Funciones del Lenguaje*

Un factor determinante en el desarrollo de la calidad de la televisión, es el lenguaje televisivo. Se parte de la premisa que la relación entre comunicador/televidente, si bien es ideológica, es

una relación como toda relación humana: producto del lenguaje. El lenguaje de la TV por lo general es definido como "audio-visual", precisamente porque articula ambas formas de comunicación: imagen y palabra. Sin embargo, el lenguaje no es "neutral" como pareciera ser; junto con ser la fuente misma de la comunicación, proporciona el sentido, las significaciones de lo que vemos, escuchamos y experimentamos en general. Como diría Claude Lévi-Strauss: "La cocina de una sociedad es su lenguaje, a través del cual se interpreta su estructura, a menos que sólo se resigne a manifestar inconscientemente sus contradicciones" (Levi-Strauss citado por A. Kientz, 1974, pág. 28). Esta premisa se basa en los estudios de Saussure y da cuenta del proceso a través del cual el lenguaje produce determinadas significaciones. El proceso se inicia en la constitución de los "signos" (la identidad entre significantes/significados) que componen el lenguaje. Estos signos pueden ser una palabra, una imagen, un gesto, o un comportamiento, como señala Barthes (Ver *Mythologies*, pág 109, Granada Publishing. Londres 1979).

Lo importante de este esquema es que estos signos audiovisuales que conforman símbolos, referentes, denotaciones, connotaciones, imágenes y mitos, están llenos de significados y sentidos que en su conjunto establecen las normas de conductas, comportamientos, la forma de percibir y entender el mundo, como la forma de percibirse y entenderse a uno mismo como individuo. Aún más, siguiendo los estudios psicoanalíticos de Lacan, se puede afirmar que es a través del lenguaje que el individuo se constituye en sujeto de las interpelaciones de los mensajes televisivos, y de esta forma, se va conformando su identidad como telespectador. (Ver Coward y Ellis. "Language and Materialism". Capítulo sexto. Routledge & Kegan. Londres 1977).

La constitución de un individuo en Sujeto y su identidad es un problema básico no sólo para un programa de televisión, en cuanto necesita de un sujeto telespectador para decodificar y sustentar las representaciones producidas; también es el problema básico para toda doctrina, pues necesita de sujetos que la sustenten. En otro plano se puede sostener que no puede haber democracia sin los sujetos democráticos que la produzcan y



mantengan; y la constitución de este sujeto y su identidad no es sólo un problema ideológico, es también un problema lingüístico-semántico. (Ver capítulo 1 y 6 de "Language and Materialism" de Rosalind Coward y John Ellis).

#### b) *La especificidad del lenguaje televisivo*

Por consiguiente, el lenguaje no es accesorio al quehacer televisivo. Es un problema determinante del cual depende la capacidad de la TV para cumplir con los diferentes objetivos propuestos; entre otros, las propias representaciones que realiza la TV de la vida social y cultural. Ahora bien, el lenguaje televisivo tiene sus propias características y especificidades que lo diferencian de otros lenguajes como el cinematográfico o el literario. Por ejemplo: ningún otro lenguaje es tan segmentado como el lenguaje televisivo; la TV está obligada a segmentar sus discursos y representaciones en múltiples unidades, con el objetivo de atraer continuamente la atención del televidente y permitirle ver en forma discontinua.

Por otro lado existe una segmentación estructural, en diferentes formatos, contenidos, géneros, que en su conjunto, como diría Raymond William, es como si en un día, una persona asistiera a tres conferencias, a dos fiestas, a cuatro películas, a un concierto, al fútbol y lea dos revistas y una novela. Sin embargo no es así. El lenguaje televisivo le da coherencia, continuidad y flujo a esta enorme diversidad y heterogeneidad de contenidos y formatos. Tal unidad, flujo y continuidad en la articulación de los múltiples segmentos, es también otra especificidad importante del lenguaje televisivo; y es necesario manejarla con extrema sensibilidad, para no transformar la TV en un efectivo caos de imágenes y discursos. (Ver Raymond Williams. "Television", capítulo cuarto, Fontana. Londres 1974).

También la narrativa televisiva juega un importante papel, en tanto permite la identificación de los telespectadores con las representaciones y mensajes televisivos que reciben. Establecer esta identificación es un problema complejo; pero de esto depende en una importante medida, la creación de los hábitos, la adhesión a ciertos programas y contenidos, es decir, el sentirse o no representados, factor determinante para la credi-

bilidad del medio. Por otro lado, dado que la pantalla es pequeña, hay un énfasis del lenguaje televisivo en filmar en planos medios y close up, pues las sutilezas de los planos generales se pierden en la pantalla.

#### c) *Las adaptaciones al lenguaje televisivo*

Sería extremadamente complejo y amplio analizar la naturaleza y especificidad del lenguaje televisivo en toda su dimensión. Tan solo señalaremos la importancia y complejidad del lenguaje en las creaciones culturales e ideológicas que realiza la televisión. Sin embargo, es necesario resaltar un punto central en esta temática, el cual se refiere a la necesidad de adaptar al lenguaje televisivo los otros lenguajes, o las otras artes, como es el caso del teatro, por ejemplo. Muchos críticos e investigadores han insistido en este punto. Fernando Barraza lo expresa claramente cuando afirma:

*"Hay una diferencia entre el teatro y la TV....éste puede contribuir a levantar el nivel de la TV, pero esto no se logra con la incorporación mecánica de elementos teatrales en bruto. El fenómeno teatral debe ser recreado con un acertado uso de la gramática televisiva."* (Mensaje N#302, 1981).

Este aspecto toma una gran importancia cuando pensamos en los programas educativos, informativos y de utilidad pública, ya que precisamente estos programas tienen muy baja sintonía, puesto que son considerados "aburridos" y sin "interés". Sin embargo, pensamos que esto no se debe necesariamente al tipo de contenidos, sino al uso del lenguaje televisivo. Un pésimo contenido puede ser apasionante y producir placer y encanto con una buena fotografía, o bien, con un buen montaje o edición. Como lo plantea Barraza:

*"(Se trata de) poner la ciencia, la tecnología, la cultura, la medicina al alcance del receptor en forma activa, entretenida, intentando que el televidente se aproxime a la vivencia y no solamente a la información o al conocimiento consignado"*. (Mensaje N°331, 1984).

En resumen, es necesario realizar estudios



más sistemáticos sobre el lenguaje televisivo, con el fin de realizar mejores adaptaciones, y mejorar a su vez la capacidad de comunicación de la TV en general. Se hace necesario entonces la implementación de un permanente proceso de desarrollo, de innovación y experimentación a nivel del lenguaje, pues finalmente, el lenguaje televisivo es aún joven y no llega a su plena madurez.

### 3.- El problema de los hábitos y la innovación

Uno de los obstáculos para el desarrollo de la calidad televisiva, su capacidad de renovación y de creatividad, es el hábito de los telespectadores hacia ciertos contenidos y formatos; como también la falta de flexibilidad de los programadores para enfrentar tal situación.

#### a) Comentarios

Este problema fue planteado de la siguiente forma por nuestros entrevistados, en los seminarios preparatorios.

- "Existe una falta de hábito en variar la programación, lo que da confiabilidad al público; y esa falta de hábito influye en la baja sintonía de TV 11, puesto que la sociedad es conservadora y no los busca".

- "La TV chilena es básicamente conservadora. Y como siempre, están las mismas caras, los mismos programas, los mismo horarios".

- "TV 13, tiene una televisión conservadora, de probado éxito...no harán nada por cambiar la programación, y para qué, si saben que funcionan..."

- "El Canal 11 tiene una ventaja, como no tiene nada que perder puede experimentar. Pero no tiene recursos y eso es real."

- "Yo siento que una de las cosas que más atenta contra la innovación, es el gran apego que tiene la TV chilena por la tradición, aún cuando se han ido incorporando numerosas tecnologías. Los productores son impermeables a los nuevos artistas y son siempre los mismos los que programan".

Estas afirmaciones tienen a nuestro juicio un doble aspecto: lo real y lo aparente. Es incuestionable que el hábito produce acostumbamiento,

aceptación e identificación; lo que se traduce en el mundo de la televisión en la creación y mantención de una clientela segura y estable, aspecto fundamental para todo modelo de televisión. Justamente el éxito por más de 20 años de "Sábados Gigantes", se debe en una importante medida a este factor de hábito, de adhesión al programa. El problema está en que la mayoría de los ejecutivos y productores de televisión se basan en este argumento para no innovar y renovar; lo cual ha dado pie para innumerables críticas, en el sentido que la TV chilena es "convencional", "tradicional", poco creativa. Si una fórmula tiene "éxito", permanecerá sin ser alterada. Sin embargo, a pesar de esta situación, existe una realidad alternativa:

Primeramente, pensamos que si bien la programación de los canales es conservadora, no es justo culpar a la sociedad chilena de serlo. Esta, a través de su historia y en comparación al resto de América Latina, ha dado muestras de ser un pueblo innovador, con capacidad de plantearse cambios, transformaciones y con enormes ansias de desarrollo. El carácter conservador de la programación de la TV es resultado de la situación histórica que vive el país. Actualmente la sociedad civil y política, en consecuencia los medios de comunicación en general, se encuentran sometidos a un régimen, que además de imponer medidas conservadoras, impone políticas arbitrarias y coercitivas. En suma, la actitud conservadora no es propia de la sociedad chilena, ni de la televisión en particular, sino más bien es una situación coyuntural.

Por otro lado, al margen de las tradiciones y convencionalismos, y recogiendo la experiencia de la televisión británica, es posible renovar e innovar con éxito, sin por ello cuestionar los hábitos y costumbres de los televidentes. También así lo demuestra la experiencia de la publicidad, en tanto uno de sus mayores desafíos, es mantener el hábito de consumo por una determinada marca, o bien, lograr que un usuario cambie su hábito a otro producto o servicio. Y justamente este problema obliga a los publicistas a estar permanentemente renovándose e innovando, por el riesgo de quedar desplazados por el cambio de gustos, demandas y hábitos del público consumidor.



#### b) *El cambio de los hábitos*

El cambio de hábitos y costumbres es pues, un problema de estrategias. Los hábitos como se ha podido comprobar con la experiencia, no cambian de la noche a la mañana. En este sentido, es fundamental planificar a largo plazo las políticas de programación, con el objetivo de ir modificando paulatinamente los hábitos, gustos y costumbres, ya que intentar transformarlos repentinamente produce más rechazo que aceptación. Existen varias experiencias en la televisión mundial, de programas cuyos inicios han sido lamentables, transformándose más tarde en grandes éxitos. En este sentido, es un error retirar un programa o no seguir buscando la innovación en una determinada dirección si el televidente no entrega una respuesta favorable de inmediato. De aquí la importancia de las estrategias de programación a largo plazo, para la transformación de los hábitos y costumbres.

#### c) *La innovación y el hábito*

Es necesario, entonces una política flexible de programación que articule la **estabilidad-continuidad** con la **renovación-innovación**. En otras palabras, un canal necesita mantener su audiencia, crear adhesión y ganar credibilidad; para lo cual tiene que desarrollar una identidad común, una identificación entre los telespectadores y el carácter del Canal. Para lograrlo, la estabilidad y continuidad en la programación juegan un importante papel. Pero, por otro lado, la identidad, los valores, gustos y demandas están en permanente transformación, de manera que para producirse la identificación entre el carácter del canal y los telespectadores, los programadores deben renovarse e innovar interpretando al usuario. En este sentido, pensamos que en democracia la necesidad de renovación e innovación tendrá una importancia capital, sobre todo, con el objetivo de ser capaces de recoger y satisfacer las nuevas y diferentes necesidades, demandas e inquietudes de la población.

#### 4. **Las relaciones laborales y el pluralismo interno.**

La estructura interna de trabajo en las corporaciones de TV es otro factor determinante

en la calidad del medio. Un número considerable de críticas fueron hechas en relación a la centralización de las tomas de decisiones, a la falta de autonomía y libertad en la actividad creativa, a falta de comunicación entre ejecutivos y realizadores. En este sentido, difícilmente puede haber creatividad e innovación en una estructura rígida, centralizada y sin pluralismo interno.

#### a) *Comentarios*

El problema nos fue planteado de la siguiente manera:

- "Hoy la TV. no es autocrítica, no es pluralista, es limitada, dentro y fuera, en su expresión"

- "Entre los alumnos y los académicos no se ve al canal (Católico) como propio. En otras condiciones las demandas de todos los sectores tendrían que ser oídas. La clave está en si representa o no a la universidad".

- "Aparte del miedo y la censura, la gente de Canal 13 está muy bien económicamente y no quiere perder su puesto. La cúpula también está muy bien y eso provoca cierto inmovilismo".

- "Mi experiencia es que muchos mandos medios de la TV están interesados en discutir, pero se dan cuenta que hay una estructura productiva que no se los permite."

- ¿Qué ocurre con la gente que por más de 13 años ha estado sometida a un régimen de censura, se puede esperar de ellas una nueva actitud creativa?"

- ¿Hay comunicación entre ustedes y los directivos del canal?. "No estamos vinculados a ellos...es muy oprimiente, la gente no vino al seminario anterior básicamente por miedo. En TVN hay una falta de respeto fuerte".

Si bien muchas de estas opiniones pueden tener un carácter subjetivo, hay un consenso en ciertos aspectos determinantes: Primero, la estructura de la televisión actual es altamente centralizada y burocrática. - Segundo, si bien tal situación es producto del régimen político actual., no obstante, el problema de la centralización y burocratización es también una traba existente dentro de las democracias y como tal, necesitará ser resuelta.



## b) Descentralización y Participación

A juicio de muchos, una corporación de televisión con todas sus proyecciones culturales no puede ser dirigida como un "regimiento". Muy por el contrario, a diferencia de otras corporaciones, la televisión necesita de un amplio margen de flexibilidad; requiere que productores, directores y artistas en general, tengan espacios de autonomía para desarrollarse y desplegar sus fuerzas creativas. Recogiendo la experiencia de la TV europea, pensamos que difícilmente puede haber calidad artística, creatividad e innovación, sin un grado de democracia y pluralismo interno. En otras palabras: si bien las políticas de programación deben ser tomadas por los órganos directivos, éstas debieran ser previamente discutidas a nivel de productores y creadores. Vale decir, de la misma manera que debiera haber un "feedback" efectivo de los telespectadores hacia la corporación, también debiera haber un "feedback" de los trabajadores hacia la dirección de las corporaciones. El trabajo de Televisión es un trabajo en conjunto y como tal exige una interacción entre los directivos y los realizadores; delegación de funciones y decisiones; sobre todo, tiene que haber respeto mutuo.

La planificación de programas de orientación, educación e incluso artísticos, debieran estar asesorados por comisiones multidisciplinarias. No se trata necesariamente de implementar un proceso de "creación colectiva", pero sí de estimular y envolver en el proceso creativo a los participantes de cada producción. Se trata que exista comunicación, diálogo y discusión entre los diferentes sectores actuantes en el proceso productivo y creativo. En la medida que los creadores, realizadores y trabajadores no tengan participación y se sientan alienados del proceso de dirección, difícilmente entregarán lo mejor de ellos.

Por otro lado, debiera estimularse una competencia sana al interior de las corporaciones, de tal manera que los puestos no transformen a los creadores, productores y ejecutivos, en seres conformistas preocupados de cumplir tan sólo con la rutina diaria. Podrían implementarse fórmulas de renovación, llamados a concursos para asumir nuevos proyectos y responsabilidades.

## c) El pluralismo interno

También debemos agregar que difícilmente un sistema televisivo puede reflejar y expresar el pluralismo en la sociedad civil y política, sin que exista pluralismo al interior de las corporaciones. Tiene que haber respeto por las diversas ideas, por las diferentes concepciones de la vida y el mundo que tengan productores y realizadores, y dejar que éstas se expresen dentro de los límites del consenso establecido. No se trata que cada canal se transforme en un parlamento o en una asamblea, sino justamente en una corporación, es decir, tiene que poseer una identidad común, regida por los estatutos internos y la ley de televisión.

Es necesario tener en cuenta, sin embargo, que el pluralismo interno no garantiza la expresión del pluralismo a nivel de la sociedad civil y política, cuando los medios de comunicación están centralizados en un duopolio como ocurre con la televisión chilena. Sergio Bitar nos planteó en los seminarios consultivos este punto de la siguiente forma:

*"Se sostiene que la mejor forma de integrar la sociedad es a través de la descentralización. Si esto se aplica a la TV, se traduce en lo siguiente: diversificación de la cantidad de emisores y la capacidad de creación...Es fundamental descentralizar emisión y creación...La única forma de afianzar la democracia es a través de la autogestión y no que el Estado sea el que decide en todo. Se deben delegar decisiones y funciones."*

## d) La censura interna

Finalmente, en relación a la censura, nos plantearon que actualmente la inseguridad interna y "el miedo" genera la paradójica situación en la cual productores, editores y periodistas, se autocensuran más allá de lo que impone la propia censura. El creador no puede partir autocensurándose por miedo a las autoridades o por miedo a equivocarse. Tal situación es antagónica al proceso creativo mismo. En este ámbito, como en toda actividad, tiene que haber derecho al equívoco y al error. Las autoridades más que dedicarse a actuar como "comisarios", deberían estimular y hacer posible el proceso creativo.



La calidad artística-cultural, como insisten los grandes creadores, necesita de un espacio que la estimule, y no que esté coartada por estructuras burocráticas, rígidas y centralizadas. Transformar estas estructuras es, entonces, una tarea central para el futuro democrático en relación a las comunicaciones.

## 5. Formación y evaluación profesional

Un último aspecto que determina la calidad televisiva se relaciona con la formación profesional de los trabajadores del medio. Si bien la TV chilena, en comparación al resto de América Latina, es un medio que ha demostrado calidad desde el punto de vista técnico, aún hay un largo trecho que recorrer para llegar a la excelencia. De ahí que el desarrollo profesional y técnico es de vital importancia. No obstante, hay ciertas situaciones al interior de los canales que impiden tal desarrollo y renovación.

### a) Comentarios

El problema es enfocado de la siguiente manera por sus actores:

- ¿La gente de televisión se evalúa críticamente? -"No sistematiza nada. Pero siempre conversamos y tratamos de ver lo rescatable de un programa, pero nadie cuestiona lo negativo".

- "Discrepo que haya gente pensante en los canales porque el problema central es la competencia".

- "La gente está preocupada por el rating; tenemos que producir como máquinas; no hay tiempo ni voluntad para evaluarse críticamente, para estudiar."

- "Hay gente irresponsable, con una falta de compromiso y valoración del trabajo propio. Sólo existe el deseo de emular a la gente que tiene éxito. El modelo televisivo está recubierto de frivolidad, desde la mirada de las autoridades, hasta el trabajador que saca al aire".

- "Nosotros conseguimos un Seminario y conseguimos que la Escuela de la Universidad Católica dictara un curso a la gente del canal y el canal no dio plata".

- "La gente se está quedando estancada. Se le pide al canal capacitación y no da facilidad-

des... A la gente de los institutos, el canal no les da importancia".

- "Los institutos son una estafa. La formación es muy baja".

- "La TV se sigue haciendo improvisadamente. Es importante pensarla con un respaldo de investigación".

### b) Formación profesional

De estos diversos comentarios, se pueden deducir dos situaciones paradójicas. Por un lado, el hecho que no exista una carrera en las universidades dedicada a formar técnicos y profesionales en medios de comunicación audio-visual. Esta situación es aún más grave, considerando la enorme importancia y trascendencia que tiene la televisión en la sociedad actual. Es necesario una formación sistemática de profesionales y técnicos con el objetivo de garantizar la calidad y el permanente desarrollo que el medio necesita. Esta enorme responsabilidad no puede quedar sólo en manos de institutos privados, sino lo lógico es que la Universidad de Chile y Universidad Católica formen sus propios profesionales.

### c) Reflexión interna

Por otro lado, el nivel profesional en televisión, como en toda otra disciplina, necesita de una permanente renovación para su desarrollo. La calidad televisiva de un país está íntimamente ligada con su nivel profesional, y éste con la capacidad de autocrítica, de reflexión e investigación sobre el medio. Como se pudo observar en los seminarios realizados, nada de esto ocurre actualmente. Si bien nos citaron una experiencia puntual en relación a un curso de capacitación realizado en Canal 13, la situación es en general lamentable. Sobre todo, si se considera que los propios realizadores y trabajadores tienen inquietud por perfeccionarse y desarrollarse. Aprendiendo de la experiencia de la TV británica, creemos que al interior de los canales deberían impartirse cursos de perfeccionamiento sistemático, de tal manera que el desarrollo profesional y técnico no sea intuitivo e improvisado. Es cierto que la experiencia puede enseñar mucho, sin embargo, tiene un límite; sobre todo si se busca mayor calidad, innovación y creatividad.



Más aún, los propios realizadores tienen necesidad de evaluarse críticamente, de romper con una forma de trabajo rutinaria que les impide reflexionar en la búsqueda creativa y cualitativa. Difícilmente, entonces, la Televisión puede despertar un sentido crítico en el público, expandir el horizonte del conocimiento y las inquietudes del telespectador, si al interior de los propios canales no se da la reflexión crítica. Una vez más la intercomunicación, el desarrollo de grupos de trabajo, la discusión y evaluación interna entre directivos y realizadores, es de vital importancia para el desarrollo profesional del medio y su calidad.

## 6. Los derechos democráticos y los deberes de la Televisión

Existen una serie de instancias que definen la calidad televisiva en un país, y éstas se refieren a la capacidad de la TV para realizar los derechos democráticos que posee la ciudadanía, como son el derecho a participación, el derecho a expresión, la representatividad y autonomía del medio. Reafirmaremos ciertos conceptos básicos.

### a) *La autonomía y la representatividad del medio*

Pensamos que una de las tareas fundamentales para el futuro democrático, y más específicamente pensando en TVN, será recuperar la credibilidad y legitimidad de la televisión como medio de comunicación autónomo y representativo de los intereses generales del Estado y de la sociedad en su conjunto. Es posible afirmar que la TV en las democracias desarrolladas no representa ni defiende los intereses específicos de los gobiernos de turno, tampoco los intereses de los partidos políticos o los intereses económicos de determinados grupos. Más bien, - sea una corporación privada, estatal o universitaria- la televisión intenta representar los intereses de "la opinión pública"; los intereses del "consenso social" sobre los cuales se basa toda Democracia; los intereses de la población en general y su "sentido común". La experiencia tiende a demostrar que, mientras más representativo e independiente es el medio, más credibilidad y legitimidad tiene éste frente a la ciudadanía, lo cual le permite

desarrollar con eficiencia sus funciones sociales y culturales. Sobre todo, le permite a la televisión jugar un importante papel en la constitución del consenso social necesario para mantener y desarrollar la Democracia.

### b) *Sobre el derecho a expresión y participación*

Una de las demandas más generalizadas y que siempre fue expresada con gran énfasis a lo largo de este estudio, es la necesidad de materializar el derecho a expresión y participación, como una necesidad ineludible. Por muy buena que sea la televisión estética y técnicamente, como algunos argumentan en Chile, sin la materialización de estos derechos democráticos, la calidad televisiva pierde simplemente todo valor. La TV, por definición, es un medio de comunicación y en la medida que niegue el derecho a expresión, está negando la naturaleza misma del medio. Sin embargo, hay una limitación real para materializar este derecho, pues finalmente, cada ciudadano no puede acceder directamente a la TV. En este sentido hay que reconocer el siguiente principio:

*"Si bien en toda Democracia existe y se realiza el derecho a expresión, esto no significa que exista el derecho a ser escuchado. En otras palabras, si yo tengo el derecho a hablar, usted tiene la obligación de no impedírmelo, pero usted no tiene la obligación de escucharme. En este sentido, la demanda de que cada individuo hable en televisión, cuando se le antoje y sobre lo que desee, no sólo es una demanda irrealista y utópica, sino también no cuenta con la legitimidad necesaria, ya que el derecho a ser escuchado no existe". ( Ver Prof. Bernard William y Bernard Crick. Annan Report, pág. 23, ibid).*

Estas y otras limitaciones plantean la necesidad de constituir una estructura de acceso a la TV que racionalice y materialice los derechos de expresión y participación. En este sentido, es lógico y necesario que tengan acceso a la televisión los diferentes representantes y "actores" de la sociedad civil y política del país. Nos referimos a dirigentes, políticos, intelectuales,



artistas, líderes de opinión y a los actores mismos de los diferentes ámbitos de la vida económica, cultural y social: trabajadores, jóvenes, mujeres, cuyas experiencias, ideas y opiniones, por una razón u otra, pasan a ser de interés público.

### c) *El derecho a respuesta o réplica*

Una parte fundamental del derecho a expresión es el derecho a respuesta; el mismo que ha estado absolutamente negado bajo este régimen, sobre todo, en las relaciones políticas. En este sentido, es fundamental reintegrar este derecho de la ley 17.377, que como señalara Juan Hamilton, tiene una importante modalidad:

*"(La ley establecía) el derecho a respuesta y además una modalidad del derecho a respuesta, muy interesante, que por lo demás se aplicó durante los tres años del régimen de la Unidad Popular. Consistía, que cuando el Presidente de la República o el gobierno usaba de los canales de televisión; en la misma extensión, en el mismo horario, los dirigentes de la oposición política, distribuyéndose entre ellos el tiempo que hubiera usado el gobierno, tenían derecho a replicar si alguna observación tenían que hacer a la postulación de éste". (intervención de Juan Hamilton en el Seminario "El sistema televisivo chileno" ibid.).*

Junto con rescatar este derecho fundamental en el ámbito político, es también necesario extenderlo hacia el resto de la sociedad civil. Como en la práctica es irrealista esperar que todo ciudadano tenga acceso a la TV, es también irrealista pensar que todo ciudadano u organización que se sienta aludido por un discurso, tenga el derecho a responder a través de las cámaras de televisión. En este sentido, tanto las quejas, como las respuestas y reflexiones de la opinión pública, debieran ser entregadas por escrito, procesadas por un editor independiente y leídas por un moderador en programas especiales. En otras palabras, de la misma manera que existe en la prensa la llamada sección "cartas al editor", pensamos que es posible y necesario tener una sección similar en cada canal, donde a través de las cámaras, sean leídas las críticas y respuestas de la teleaudiencia.

En resumen, estimamos que la calidad televisiva depende de la articulación de todos estos factores analizados. Incorporados en forma aislada, no se garantiza la calidad del medio, menos aún si está ausente cualquiera de éstos. Una política de programación correcta debería contemplar la presencia de cada uno de ellos y una apropiada articulación.

## **POLITICAS DE PROGRAMACION**

Sobre la base de lo planteado en el capítulo anterior, proponemos a continuación algunas políticas concretas para el desarrollo de la programación televisiva en un régimen democrático. Se ha dividido el campo de la programación en tres grandes géneros: a) noticiarios y actualidades, b) programas artísticos y, c) servicio público.

### **1. Noticiarios y Actualidades**

*"El derecho a la información ha pasado a ser un dramático requerimiento del hombre contemporáneo, una necesidad tan urgente y vital como el aire que respiramos."* (Documento de Puebla N1071, citado por Mensaje, N°328, 1984).

Para millares de personas, los noticiarios y programas de actualidades son la principal fuente de información. Es reconocido que este género ejerce una considerable influencia en la opinión pública. Los programas periodísticos y de actualidades tendrán un importante papel que jugar en el reestablecimiento y la consolidación de la democracia futura en nuestro país. Por tal razón, es conveniente determinar con cierta profundidad las normativas que debieran existir para ofrecer al público un sistema informativo que refleje y satisfaga las aspiraciones democráticas.

#### *a) La producción de la información*

Antes de referirnos a los principios que debieran aplicarse en la programación de noticiarios y espacios de actualidad, es conveniente tener presente algunas "realidades" o limitaciones existentes en todo régimen informativo. Estas limitaciones, que examinaremos a continuación, plantean la necesidad de



aplicar ciertos principios básicos para defender el derecho a la libre información de la ciudadanía.

Una considerable cantidad de estudios afirman que los medios de comunicación crean la noticia y la opinión pública. A nuestro juicio, es necesario reconocer que las noticias, en gran medida, son seleccionadas de la realidad y por tanto abiertas a interpretaciones y cuestionamientos. Y más aún, son este tipo de programas los que conforman, en una importante medida, la realidad ideológica que mantiene y representa a la opinión pública. ¿Quién puede dudar que no son los periodistas quienes deciden qué eventos cubrir y bajo qué forma?. Estamos entonces ante un problema, ya que al hacer periodismo, inevitablemente se necesita seleccionar los hechos, escoger lo que cree que es de importancia e interés público, y al hacerlo, los periodistas indudablemente son influenciados, tanto por su procedencia cultural y social, por sus ideas, por los requisitos y principios ideológicos de la empresa o medio de comunicación que representan, y por la experiencia profesional y sus supuestos. Como lo planteara el Centro de Estudios Culturales de la Universidad de Glasgow:

*"Ellos ajustan, organizan, deciden: quién debe hablar, a quién y sobre qué; establecen el orden de prioridades"... "Todas las técnicas usadas para recopilar información, trabajadas en distintas instancias, envuelven algún tipo de manipulación y procesamiento del material original, el cual a su vez es seleccionado e interpretado por la audiencia. En otras palabras, toda la presentación de la realidad que hacen los medios, es seleccionada y por consiguiente impregnada con valores, puntos de vista, preferencias, y por las suposiciones del sentido común."* ("Bad News". Editado por "The media Project Group University of Glasgow"). Por otra parte, el profesor Halloran, en el mismo estudio, establece la presencia de algunas características universales en el reportaje de noticias: desbalance geográfico, énfasis en los eventos, particularmente de tipo dramático-negativo, y los tópicos se concentran en las élites y personalidades, lo que en resumen se denomina como el "valor noticioso".

Sin embargo, hay que reconocer que la

noticia o el valor noticioso está fundamentalmente dictado por los eventos y hechos que ocurren. El periodista no inventa ni imagina las diferentes realidades que le toca reportear y en la medida que pone en práctica los principios democráticos de comunicación, se limita a presentar en la forma más honesta y objetiva posible, la realidad que afecta de una manera u otra a la ciudadanía. En otras palabras, así como existe un periodismo manipulador, desinformador y deshonesto, existe también un periodismo altamente ético y responsable frente a los principios y derechos democráticos. La pregunta es entonces, cómo se protege al público de posibles manipulaciones en el proceso de edición; cómo se le ofrece a éste una información completa y objetiva; cómo se le entregan formas más amplias de comprensión de la realidad y cómo se da cuenta de las contradicciones sociales y políticas que se dan al interior de toda sociedad.

**En resumen,** si bien la producción de información está sujeta a una determinada realidad y a ciertas imperfecciones, es posible intervenir en este aspecto. Se hace necesario entonces, la aplicación de una serie de principios ineludibles en la producción de información en un régimen democrático. Para esto, proponemos tres conceptos a implementar.

#### b) Algunos principios fundamentales

Los conceptos más importantes a implementar en el futuro son la noción de "Imparcialidad", "Balance" e "Independencia".

**El principio de imparcialidad:** En el sistema televisivo del futuro democrático se debe materializar el derecho a la expresión pluralista, es decir, dar posibilidad de expresión a la más amplia gama posible de visiones y opiniones existentes en la sociedad civil y política del país, con el objetivo de reemplazar el actual "monólogo" televisivo por una política pluralista, descentralizada y de libre flujo informativo; sobre todo, dada la situación actual, donde no sólo se restringe la información, se desinforma, sino además se impone una determinada visión: la gubernamental.

Por consiguiente, si se espera que en



democracia la TV trate temas controvertidos, que hoy día en su mayoría son ignorados o tratados parcialmente, es necesario que toda esta pluralidad social y política sea presentada con imparcialidad. En otras palabras, la información no puede favorecer a una determinada opinión o partido en perjuicio de las demás. Para garantizar este principio de imparcialidad, es necesario la presencia objetiva de los diferentes discursos que se debaten en la sociedad civil y política, de tal forma que el público juzgue la validez y legitimidad de cada planteamiento. En este sentido, la imparcialidad no implica tan sólo limitarse a presentar la visión "oficial" acompañada de la visión "contrapuesta"; de hecho toda discusión o problemática está conformada por más de dos puntos de vista; es necesario entonces, considerar, en la forma más objetiva posible, el conjunto de puntos de vista que se expresan en una problemática determinada.

**"El balance"**. Como no existe la posibilidad de ser absolutamente imparciales, es necesario que exista un "balance" de opiniones. Los editores-productores no tan sólo deben considerar la gama general de visiones y problemáticas que se dan en la sociedad civil y política, sino también es necesario que evalúen el peso que tienen éstas en la opinión pública; es decir, el deber de ofrecer al público una amplia gama de voces, no implica entregar de la misma forma problemáticas y visiones que no son de interés general, o que son claramente ilegítimas. Mientras el sistema televisivo opere dentro de un sistema democrático parlamentario, éste no puede trascender su legalidad, lo que quiere decir por ejemplo: que la TV no puede considerar con el mismo peso las visiones que buscan la destrucción del régimen parlamentario, como también las que buscan realizar transformaciones por medios ilegales.

Esto no significa que no exista el derecho a cuestionar lo aceptado, o a cuestionar la visión de la mayoría, sino más bien, que al poner en cuestión lo establecido, se lo haga con imparcialidad; que la visión alternativa sea clara y representada con objetividad, expuesta con todas sus implicancias y en toda su magnitud. Debe existir un balance en el tiempo y el espacio, así como un balance en la forma y el acento de la

exposición de cada opinión. Una visión expuesta en forma superficial no sólo distorsiona la verdad, es también una ofensa al público y al sentido de imparcialidad.

**El principio de independencia.** Es entendido como la necesidad de mantener, en lo posible, una autonomía de la TV frente a los intereses particulares de partidos políticos, monopolios económicos e intereses gubernamentales de turno; aspecto que fue analizado en la primera parte de este proyecto. Pero cuando hablamos de independencia en la programación, la entendemos más específicamente como la posibilidad del público de formarse un juicio propio, en forma libre, crítica y consciente. En la medida que se es parcial y existe un desbalance en el peso y espacio de las opiniones emitidas, en la medida que la información está impregnada de juicios ideológicos comprometidos con tal o cual visión doctrinal, impregnada de interpretaciones unilaterales y opiniones subjetivas, se está cuestionando seriamente el principio de independencia, y con ello, la credibilidad del medio.

Por otro lado, pensamos que para el desarrollo de los conceptos como "independencia" e "imparcialidad", es necesario la existencia de una clara diferenciación entre lo que es el "reportaje" de la noticia, su "explicación", los "comentarios" y el "análisis" de ésta misma. No debiera existir la ambigüedad entre el comentario editorial y la noticia misma. Indudablemente que un analista puede entregar su opinión personal, su juicio de valor, siempre y cuando lo deje establecido ante el telespectador. Es frecuente encontrarse en Canal Nacional con esta ambigüedad intencional, donde los reportajes están llenos de juicios y valores, los cuales son presentados como la realidad, como si estos comentarios fuesen reflejos directos de ella. Tal tipo de semántica no sólo es manipuladora, es un abierto insulto a la sensibilidad e inteligencia de los televidentes. Más tarde o más temprano, como se ha podido comprobar a través de varios estudios, los televidentes terminan percatándose de la falta de imparcialidad e independencia.

Esto no significa que la TV tenga que limitarse a entregar sólo reportajes de hechos noticiosos; es legítimo y necesario que también existan



instancias de análisis y comentarios, sin que por ello se comprometa el principio de independencia. Para esto deben ser desarrolladas con imparcialidad y en forma balanceada.

Más aún, pueden y es necesario que hayan programas "comprometidos" con determinada visión del mundo y de la vida; en tal caso, si un programa cuestiona tal o cual realidad o verdad, paralelamente tiene que difundirse un programa que reafirme esa realidad o verdad, para ser responsables con la política de "balance" entre programas que todos los canales se han comprometido. La independencia, entonces, implica entregar la información de la forma más descomprometida y menos ideologizada.

En términos generales, pensamos que finalmente lo que protege al público de un mal servicio informativo no es la centralización de las decisiones editoriales, ni tampoco una situación monopólica de difusión, sino más bien la independencia, variedad y pluralidad en el número de canales de difusión, como la variedad e independencia en los juicios editoriales. Creemos que mientras más centralizados y monopolizados estén los medios informativos de televisión y menor poder de elección tenga el público televidente, mayores son las posibilidades de desviaciones autoritarias y menores las posibilidades que tiene el público de formarse sus propias ideas en forma independiente. Esto constituye a nuestro juicio, una razón más para ampliar los medios de comunicación televisivos, de tal manera que exista una real descentralización de la información y del derecho a expresión y participación social. En este sentido estamos plenamente de acuerdo con la siguiente declaración de Puebla:

*"El monopolio de la información, tanto por parte de los gobiernos como por parte de los intereses privados, permite el uso arbitrario de los medios de información de los mensajes de acuerdo a intereses sectoriales. Es particularmente grave el manejo de la información que sobre nuestros países, o con destino a los mismos, hacen empresas e intereses trasnacionales". ("Documento de Puebla" N#1071. citado por Mensaje N# 328, 1984).*

**En resumen.** Es necesario tener presente que aisladamente, los conceptos de imparcial-

dad, balance e independencia pierden su sentido. Estos tres conceptos se necesitan mutuamente y por consiguiente, es necesario articularlos con flexibilidad, tratándolos como una unidad indisoluble. Tal articulación necesita además, reconocer y ser sensible a los cambios de la opinión pública. Lo que puede ser aceptado y justificado en el tratamiento de una problemática, puede no serlo posteriormente; lo que es de interés público y goza de legitimidad y representatividad, puede no tenerla años más tarde. Por lo cual es necesario que la articulación de estos conceptos refleje objetivamente la situación, las demandas, intereses y aspiraciones que vive la sociedad civil y política en cada coyuntura. Sobre todo, la articulación de estos conceptos debe realizarse con plena honestidad y ética profesional. De esto, finalmente, depende la objetividad y la calidad informativa de todo medio de comunicación.

Estamos conscientes que el plantearse estas metas en una realidad tan polarizada, politizada e ideologizada como la chilena, representa un gran desafío. Sabemos, como se nos planteó en los seminarios, que algunos piensan que estas aspiraciones son "utópicas". Sin embargo, cabe decir que son los únicos planteamientos civilizados y democráticos que se conocen en Occidente para regular la actividad y la expresión de la sociedad civil y política de estos países. Por eso hablamos de metas, lo que implica un largo y esforzado camino de creación, y además, de reconstrucción, pues no podemos decir que estos tres conceptos son ajenos al pasado histórico democrático de nuestro país.

### c) *La presentación de la información*

A lo largo de nuestra investigación tuvimos acceso a un número considerable de quejas y críticas en cuanto a la presentación de las noticias y de los programas de actualidad. Pensamos que es necesario revisar algunas situaciones con el objeto de desarrollar y mejorar la calidad informativa de estos géneros.

- **Sobre la reflexión periodística.** Se ha planteado a lo largo de este estudio la necesidad y demanda por un mayor número de programas periodísticos que analicen críticamente la realidad, que revelen y expliquen los diversos conflic-



tos de la sociedad civil y política: programas de debate, polémicos y analíticos. Por otra parte, la misma necesidad de aplicar los principios de pluralismo, imparcialidad y balance, hace aún más complejo el cuadro periodístico y lo hace intelectualmente más elevado. Sin embargo, estas necesidades y demandas presentan una serie de desafíos desde el punto de vista del lenguaje. En este sentido, es necesario ser comprensivos, claros, concisos, y representar el interés de la mayoría de los televidentes.

Siempre está el peligro de caer en intelectualizaciones, como ocurre en ciertos medios de prensa, donde el público termina rechazando los análisis y explicaciones, por ser incomprensibles y complicados. Estamos de acuerdo que los noticiarios televisivos necesitan un mayor análisis y explicación de las noticias, sin por ello transformarse en voceros académicos o intelectuales. Actualmente es necesario reconocer, nos guste o no, que para la audiencia las personalidades comunican mejor que las ideas en abstracto; que el drama tiene más receptividad que el análisis intelectual; que lo concreto y específico se internaliza más fácilmente que lo abstracto o universal; que la simplicidad explica mejor que la complejidad; las consecuencias mejor que las causas; la síntesis, la acción, la segmentación lo hacen mejor que la lentitud, la prolongación y lo estático; lo personal comunica mejor que lo impersonal; lo controvertido produce más atención que lo reconocido y aceptado, etc.

Se hace necesario, portanto, un balance entre estas diferentes dualidades nombradas. Más aún, existe la necesidad de aplicar también un balance entre el número de programas y formatos dedicados al reportaje y al análisis; a los debates y documentales; a los noticiarios y espacios de actualidad. Pensamos que tal balance es necesario tanto para la calidad televisiva, como para entregar la variedad suficiente de contenidos y formatos que satisfagan los diversos intereses de la teleaudiencia.

- **El uso de imagen (video):** Si bien el uso de imágenes en vivo en los noticiarios es enriquecedor, presenta algunos peligros, especialmente cuando se abusa de este recurso.

En muchos casos la noticia es seleccionada solamente por el valor de la imagen que se entrega y no por el contenido mismo. Basta que un periodista obtenga buenas imágenes de un accidente, para que éste se transforme en un hecho noticioso. O a la inversa, muchas noticias son ignoradas porque no cuentan con imágenes de los hechos, o bien, porque la imagen es pobre. Toda imagen en vivo narra un hecho, pero muy pocas cuentan toda la historia del hecho, sin embargo, son muchas las que terminan contando la mitad o un tercio de la historia, lo que permite distorsionar lo narrado: "Cuando se trata de Pinochet, todo aparece en primer plano, dando la sensación de que es mucha la gente que lo apoya...y se evitan las tomas que permiten dimensionar el tamaño real de los actos" (Luque y Paulsen. Revista Análisis 1986). En conclusión, la imagen ayuda a contextualizar la noticia, pero no puede transformarse en el elemento que la dicta o la selecciona.

- **El uso de la narración noticiosa:** Un número considerable de entrevistados decía "estar cansado de los reportajes "sin voz", vale decir, imágenes del evento o hecho, acompañadas con la voz del locutor o el locutor en persona narrando la noticia. La crítica no se refiere al estilo mismo de la presentación, sino a cuando esta forma se transforma en la norma general, impidiendo por lo tanto que los "protagonistas" de la noticia expresen con sus palabras los hechos. La entrevista a los "actores" no sólo es necesaria para la credibilidad y objetividad que se exige y espera en la presentación de una noticia, es también una forma de respetar el "derecho de expresión", sobre todo, si la voz de los entrevistados es de importancia pública. Cabe destacar que en este gobierno los únicos individuos que tienen derecho a expresarse directamente en los noticieros son los personeros del gobierno, el resto de la información aparece en el estilo señalado.

- **Los noticiarios como shows.** La lucha por la sintonía no puede transformar los noticiarios en verdaderos shows. En este sentido, se critica que haya demasiados items irrelevantes, sensacionalistas, negativos y sobre todo superficiales, transformando los noticiarios en "verdaderos shows de noticias". Otras críticas



apuntan a la selección de los periodistas que aparecen en pantalla: locutores, reporteros, moderadores; se afirma que se valoriza primero la presencia, antes que la habilidad y experiencia de estos profesionales. Para establecer un sistema de periodismo imparcial, balanceado e independiente, se requerirá de profesionales de alto nivel, donde prime el aspecto profesional, ético y el talento, frente a lo estético o al "encanto" escénico.

En cuanto a la trivialidad o al carácter superficial de los noticiarios pensamos que esta modalidad es propia de los regímenes autoritarios. En un futuro democrático, los editores deberán tener muy en cuenta lo que es relevante e irrelevante en la noticia, lo que es trascendente e intrascendente, jerarquizando el tiempo y el espacio que se le da a cada una de ellas, terminando así con el sistema actual de llenar espacio con lo que se tenga a mano para completar la hora.

Se puede y debería esperar una cierta variedad entre los noticiarios. Se nos manifestó reiteradamente la vergüenza que constituye el hecho de tener tres canales, transmitiendo a la misma hora las mismas noticias y repitiendo los mismos discursos: "los noticiarios en la tarde son una especie de cadena nacional de gobierno camuflada, a través de la palabra noticiario". Coincidimos con esa crítica, pero entendemos que es producto de la situación actual y no de una "conspiración" de los periodistas de esos canales.

**En conclusión**, los noticiarios no pueden transformarse en órganos oficiales de comunicación y mucho menos en órganos de propaganda gubernamental o de cualquier otro sector interesado. La libertad de información en un futuro democrático debería traer consigo la independencia de los canales y una relativa especialización en el aspecto noticioso; por ejemplo, mientras una corporación enfatice el análisis y explicación de la noticia, otros podrían concentrarse más en lo internacional, o bien, en problemáticas sociales, políticas o en hechos noticiosos. Se trata que cada canal tenga su propia fisonomía.

#### d) *Espacios informativos a desarrollar*

**- El desarrollo de los noticiarios:** A lo largo de nuestra investigación nos encontramos con diferentes críticas en relación a la "superficialidad" y "trivialidad" de los noticiarios o parte de ellos, al margen de la negación de los principios de pluralismo, independencia e imparcialidad que implican por sí mismos los actuales noticiarios y programas de actualidad. Se critica la falta de análisis y de explicación de aquellos hechos noticiosos que no se explican por sí solos y por sobre todo, los que tienen trascendencia pública. Se espera que en democracia se pueda exponer abiertamente los problemas económicos y sociales que vive el país. Esto implica que las problemáticas sean explicadas al público, en forma simple e imparcial, de tal forma que el televidente pueda entender cabalmente lo que ocurre, por ejemplo, con la economía, con la política, con las relaciones laborales ... etc.

Se sostiene también que los noticiarios televisivos se dedican casi exclusivamente al simple reporte de los "hechos" y "eventos", ignorando muchas veces, consciente o inconscientemente, el contexto de la noticia, las problemáticas que están en juego y la trascendencia de éstas mismas. Por consiguiente se espera que en un futuro democrático haya un servicio informativo más completo que revele y explique lo que está "detrás de la noticia", lo que "está entre líneas", el significado, la trascendencia y las proyecciones de los hechos y eventos, es decir, que entregue de una forma imparcial la explicación y el análisis de las noticias. Se trata de terminar con la superficialidad que se da actualmente en el ámbito informativo.

**- El desarrollo del área de actualidades.** El programa "Extra Mujeres Extra", "Almorzando en el 13", e incluso, paradójicamente, "Sábados Gigantes", han hecho un aporte significativo, en cuanto a ofrecer espacios para la discusión pública, para el intercambio de ideas, para la entrega de información, e incluso, para realizar algunas denuncias y aspiraciones. Sin embargo, faltan



,por razones obvias, programas de "debate público", "foros públicos", no sólo sobre política, sino sobre múltiples temas controvertidos y problemáticos de la vida social, ya sean económicos, culturales, morales...etc. Si bien algunos de estos temas son tratados en los escasos espacios de actualidad, su tratamiento no es suficientemente representativo e imparcial y sobre todo se los critica porque no tienen un real trasfondo crítico y disidente. Quizás ésta (la de los foros públicos) es una de las demandas más generalizadas que hemos escuchado. Sin embargo, los canales de televisión han hecho caso omiso de estas demandas.

Los programas de actualidad son vistos como géneros menores, a pesar de la enorme demanda que existe por ellos. Hay un deseo legítimo: que la TV refleje los conflictos que se dan al interior de la sociedad; que se expongan los distintos pensamientos de una forma pluralista; que hayan espacios donde la opinión pública pueda reflexionar e intercambiar ideas, debatir y polemizar sobre los problemas que le afectan.

En resumen, los programas de Actualidad debieran ser instancias para desarrollar la conciencia social y crítica, permitir la intercomunicación, el debate público y la participación social, lo cual permite a su vez, el desarrollo de la identidad nacional y cultural del país.

#### **- El desarrollo de la difusión política.**

Las relaciones políticas no sólo son tema de los programas de Actualidad, sino por sobre todo de los noticiarios. La sociedad política, al ser la instancia de dirección y organización de la sociedad civil y del Estado, necesita contar con canales de expresión. A su vez, la sociedad civil, necesita expresarle sus demandas y necesidades a la sociedad política como representante y dirigente de ésta. Por lo cual, en el desarrollo de la programación en un futuro democrático, la expresión de las relaciones políticas debiera contar con espacios televisivos privilegiados.

En este sentido, pensamos que sería apropiado que en los períodos electorales, cada partido con representación en el parlamento y de

acuerdo a cuotas de horarios, tenga el derecho a una cadena nacional, para exponerle a la ciudadanía sus correspondientes programas políticos.

A su vez, cuando los programadores deciden cuánto tiempo o espacio televisivo se le da a cierta posición política, deben tener presente el nivel de apoyo con que cuenta esa posición en el Parlamento. Hay que aceptar que las posiciones políticas e ideológicas que no han convencido al electorado o son rechazadas por la ciudadanía, no pueden ser consideradas con el mismo peso que las posiciones y opiniones que gozan de consenso o de mayor apoyo público, lo cual en gran medida se mide por su fuerza parlamentaria.

**- El desarrollo de la difusión de las relaciones laborales.** Si se parte de la base que los derechos democráticos de los trabajadores serán reestablecidos, se puede suponer que los reportajes sobre este aspecto se concentrarán en el normal e inevitable conflicto industrial entre trabajadores y empresarios, campo que también deberá ser cubierto en un futuro. Sin embargo, deberían presentarse los dos sectores envueltos en el "conflicto laboral"; es necesario que los correspondientes actores puedan expresar directamente sus puntos de vistas, sus razones, sus demandas, sus interpretaciones. Se puede comprobar, sin lugar a duda, que actualmente la voz de los trabajadores en las relaciones laborales está absolutamente ausente de las pantallas, a no ser que se trate de dirigentes voceros del gobierno; mientras que los empresarios, los industriales, tienen todas las facilidades para expresar sus inquietudes, intereses y puntos de vista. Tal situación debe ser reemplazada por una política de imparcialidad y balance.

**- El desarrollo de las noticias y reportajes internacionales.** Chile de por sí es un país geográficamente aislado del resto del mundo, aunque a su vez, se puede afirmar que es un país bastante cosmopolita y con múltiples relaciones internacionales. Por ambas razones, es necesario contar con un servicio informativo internacional variado y amplio: que no se limite a entregar simples "flash" noticiosos de cinco



segundos de duración; que no se limite a seleccionar sólo los ítems dramáticos, sensacionalistas o negativos; que no se limite a entregar información que sólo viene respaldada por imágenes de "satélite"; que no se limite a entregar estereotipos de los conflictos internacionales; que no se limite a la información preseleccionada por los países centrales y sus agencias.

Pensamos que mientras más información tengamos sobre el exterior, mayor será nuestro horizonte, nuestra visión sobre la vida y el mundo; mejor será nuestro desenvolvimiento en las relaciones internacionales; y contaremos así con más experiencias para solucionar nuestros propios problemas. En otras palabras, Chile no puede estar aislado dentro de un mundo profundamente interdependiente, el cual se basa en la intercomunicación internacional.

- **Desarrollo del Documental Investigativo.** Producto de la censura objetiva que vive la TV chilena, hay un género periodístico que está prácticamente ausente de la pantalla. Nos referimos al periodismo investigativo. Programas cuya misión es entregar bajo la forma de documental-reportaje la investigación cabal de un hecho o evento controvertido, de asuntos encubiertos, temas vedados o de actividades ilícitas que son de asunto público. Se trata de denunciar la incapacidad, los errores, la ineficiencia de autoridades frente a asuntos que afectan a lo público. No se trata de transformar la TV en juez, pero sí en vigilante de los intereses públicos. Indudablemente que este tipo de programas presentan una serie de desafíos, ya que pueden transgredir los derechos de privacidad y la integridad de personas e instituciones. Son programas que requieren de un equipo periodístico de gran nivel profesional y con experiencia en este campo, ya que se exponen, como en todo régimen democrático, a ser demandados públicamente.

Recogiendo las aspiraciones de muchos, diremos que la TV tiene que darle expresión a la conciencia civil, a la conciencia crítica, sobre todo, tratándose de asuntos que afectan directamente a la ciudadanía, muchos de los cuales, por una razón u otra, son ocultados o vedados. La misión

de la TV en este sentido, es denunciar y comunicar esos hechos.

Para finalizar, entregamos la observación de Loreto Serrano, pues nos parece muy interesante y creemos que los programadores debieran tenerla muy presente en un futuro: *"El hecho de que los noticieros se lleven la primera y suprema sintonía, debiera indicar que el público desea más programas periodísticos, informativos, culturales; debiera indicar que el público no sólo desea entretenerse cantando, bailando o riéndose, sino que también parece entretenerse informándose, conociendo y aprendiendo cosas y situaciones nuevas"* (Loreto Serrano. Que Pasa, N#494, 1980).

## 2. Los programas artísticos

Ya hemos planteado la necesidad de reemplazar la noción de "programas de entretención" por la de "programas artísticos". Estos últimos tienen en común el hecho de ser realizados por artistas, nos referimos a los programas dramáticos como el cine, la telenovela, el teleteatro, las comedias y los shows, a los programas musicales y a programas sobre arte: pintura, ópera, ballet, letras, fotografía, escultura. Otro aspecto que los unifica es el hecho de ser programas que evocan emociones y son placenteros, para uno u otro público. Sin embargo, también son programas que pueden ser muy informativos, educativos y de entretención; vale decir, no se puede limitar el concepto de "entretención" a lo puramente "artístico", así como lo "educativo-informativo" a lo que es puramente "formal". Los programadores debieran en este sentido trabajar buscando articular estas tres nociones tanto en el campo artístico, como informativo y educativo.

Otra propuesta general que apareció reiteradamente, es la posibilidad de la TV de transformarse en el gran "patrón" de los artistas y de las artes en general. Efectivamente la TV está en posición de patrocinar, por ejemplo: el teatro, el cine nacional, la música, el folclore nacional y el arte. Sin embargo, es necesario clarificar la noción de "patrimonio". La TV puede y debería crear una "estructura de acceso" para los diferentes medios artísticos a los estudios de TV, junto con crear las posibilidades de empleo de artistas para sus propias programaciones, lo cual es una forma con-



creta de patrocinio. Pero la TV no debe transformarse en una fuente de financiamiento o subsidio de las artes y artistas. Esa es una tarea de otras instituciones públicas o privadas. La primera, es una demanda legítima y necesaria de materializar en el corto plazo. La segunda, es a nuestro juicio irrealista, pues a la TV no le sobran los fondos para transformarse además, en una institución financiera que hace beneficencia. La TV, entonces, debería actuar con criterio empresarial, buscando y asegurando que las personas de talento participen en las programaciones o producciones de TV, introduciendo innovación y creatividad. A su vez, debería dar posibilidades de acceso a tres áreas artísticas fundamentales:

a) *El teleteatro y la telenovela*

En relación a las artes dramáticas, son dos los aspectos problemáticos más mencionados. El primero, es la crisis de libretistas. Una de las razones de esta carencia es que los libretos son mal pagados. Por otro lado, la gente de gran talento no quiere estar relacionada con la TV actual; o bien, muchos están censurados. Esto significa que el talento existe en el país, pero la estructura actual de la TV impide, por una razón u otra, que éstos participen. Pensamos que tales problemas son solucionables dentro de la nueva estructura de televisión que hemos propuesto en este estudio. Pues, si hoy se pagan millonarios sueldos mensuales a ciertos directores y artistas por dirigir o moderar un evento o producción al año, es perfectamente posible racionalizar tal situación con el fin de poder invertir en buenos dramaturgos. Además, en la medida que la televisión estimule la innovación, la creatividad, el pluralismo, nuestros grandes valores nacionales se sentirán llamados a participar en la creación televisiva. Ante todo, es necesario ir renovando los artistas, dándole posibilidades a nuevos talentos, a artistas independientes, que en muchos casos tienen más experiencia y sensibilidad que ciertos consagrados ya "gastados".

La segunda problemática se relaciona con el lenguaje y contenido de los géneros dramáticos, específicamente el de la telenovela. Reiteradas críticas fueron hechas en relación a la carencia del teleteatro frente a la telenovela por un lado; y por otro, se expresa que la "telenovela ha cambiado el

envoltorio, pero el contenido sigue siendo el mismo". Estamos de acuerdo con estas observaciones. Difícilmente el contenido de las telenovelas cambiará mientras persista la negación al pluralismo cultural- ideológico, mientras persista la negación y miedo a introducir contenidos críticos y disidentes; mientras se impida presentar problemas y dramas reales del mundo existencial, psicológico y social del hombre y la mujer actual, y por último, mientras se impida innovar y experimentar por miedo al rating. Pero tal situación debiera cambiar dentro de un sistema democrático de televisión. En este sentido, hay una demanda generalizada en cuanto a privilegiar en el futuro aquellos contenidos que han sido excluidos de las pantallas y por otro lado, a privilegiar la innovación.

En cuanto al teleteatro, hay que reconocer que el teatro chileno ha conseguido un enorme profesionalismo y peso cultural en la sociedad chilena. Esto se manifiesta en diversas expresiones, que van desde la presentación de obras clásicas, hasta teatro experimental, obras de vanguardia nacional como internacional, teatro comprometido y comedias triviales. Sin embargo, el público de teatro sigue siendo minoritario, a pesar que muchos desearían asistir a más de una obra al mes. Por esta razón, y rescatando las aspiraciones de muchos, pensamos que sería conveniente televisar obras que han sido montadas en teatro. Esto permitiría a millares de televidentes encontrarse con éste y gozar de otra expresión cultural nacional. Además significaría un importante apoyo al teatro, sin implicar para la TV fuertes gastos económicos. El teleteatro, entonces, es un género que se presta para ser introducido positivamente en la programación televisiva.

b) *Eventos Artísticos*

Nos referimos a televisar grandes eventos o presentaciones exclusivas de obras en el campo de la música, conciertos, óperas, ballet, festivales y exposiciones de arte. Creemos que es una política elitista el hecho de que artes como la Opera, el Ballet y la Música Clásica sean patrimonio de una élite capaz de pagar el alto costo por concepto de entrada. Si bien creemos que es necesario desarrollar este tipo de presentaciones, por costosas que sean, es



cuestionable que sean patrimonio de gozo exclusivo para una élite, especialmente cuando son financiadas con dinero público. Por esta misma razón, deben ser difundidas por televisión a un público masivo, el cual de otra forma no tendría posibilidad de vivir tales experiencias.

Lo mismo ocurre en el caso de grandes exposiciones de arte, ya sean de pintura, escultura o fotografía. Ellas tienen un alto costo de instalación y son el privilegio de una élite, por lo que deben ser rescatadas a través de programas especiales para su difusión masiva. Lo mismo es aplicable para eventos más populares, como son conciertos de rock, Jazz, festivales y recitales. Se trata que las Corporaciones de TV lleguen a convenios con instituciones como el Teatro Municipal, el Museo de Bellas Artes, la Biblioteca Nacional, empresarios y teatros privados, de tal manera que mutuamente se beneficien y el público tenga la posibilidad de tener mayor diversidad cultural en sus pantallas.

Estamos conscientes, como lo planteamos en el capítulo anterior, que hay limitaciones objetivas en la difusión de las llamadas "grandes artes". Por un lado, al televisar algunas obras, la calidad artística de ellas puede descender. Por otro, muchas de estas obras son para el gusto de minorías, lo que significa entregarle menos sintonía. Sin embargo, pensamos que sólo el 1% de la sintonía justifica la presentación de tales obras, pues finalmente ese 1% equivale a miles de personas, lo que es muy considerable.

El gran desafío de la TV en esta área, es crear programas que produzcan placer y encanto estético al mayor número posible de televidentes, sin cuestionar la integridad artística de la obra. Más aún, una importante responsabilidad de la TV es llevarle este goce y placer a un público que de otra forma no tendría como vivirlo. De ahí que a pesar de éstas y otras limitaciones, es mucho más lo que se gana que lo que se pierde con la difusión de presentaciones artísticas de alto nivel.

#### c) *Programas de educación e información artística*

Compartimos el criterio que la capacidad de entender y gozar de las "grandes artes" depende

en una importante medida, del nivel de educación e ilustración del receptor. Una persona que no entiende determinada expresión artística, difícilmente se sentirá atraída o interpretada. Aún más, una persona que no está acostumbrada a tal o cual expresión artística, obviamente que es muy difícil que sea motivada. En este sentido, la TV tiene un enorme desafío en orden a crear el hábito, la costumbre y la adhesión hacia estos géneros, con el fin de expandir el horizonte cultural de millares de telespectadores. Para realizar esta expansión y este hábito es necesaria la difusión del siguiente tipo de programas:

- programas documentales sobre arte;
- programas que informen entregando sinopsis del acontecer artístico nacional;
- invitación a artistas, intelectuales y productores;
- programas de concursos y shows en relación a estas artes, por ejemplo, poner a prueba el conocimiento sobre las mismas: y,
- la organización de eventos infantiles, de festivales.

Se trata que con el correr de los años el nivel y horizonte cultural se expanda; es esa la experiencia de otros países que poseen una cultura desarrollada en esta materia. Esta política, sin embargo, no puede ser impuesta o llevada a cabo en forma paternalista, pues más que adhesión provocaría rechazo. Es necesario crear ante todo el incentivo, el interés, la entretención, lo cual requiere un profundo estudio de audiencia.

#### d) *Cine y video*

En Chile la mayoría de los programas transmitidos son de origen extranjero. Se calcula que más del 60% de la programación corresponde a producción foránea y entre ésta, la gran mayoría son películas y series provenientes de Hollywood. Un pequeño porcentaje proviene de Europa, principalmente de la TV Británica. En relación a este punto, cabe destacar que la BBC y las empresas independientes de la televisión británica, ITN, tan sólo permiten un 14% de difusión de programas importados. La razón principal de esta política no persigue sólo proteger e incentivar la producción nacional, sino también mantener y reproducir la identidad del país. El cine (y actualmente el video) es reconocido en este sentido por ser uno de los



medios más efectivos e influyentes en la conformación cultural de la sociedad. Sin embargo, pese a la enorme importancia y potencial que posee el cine, no es un medio desarrollado hoy en Chile, aún cuando conoció de períodos en los que se llegó a producir hasta cuarenta largometrajes al año.

En la actualidad no se puede pensar en la TV al margen del cine, o en el cine al margen de la TV. Un porcentaje importante del material difundido en TV es cine, bajo la forma de películas de largometraje, documentales y seriales hechas especialmente para TV. Pero también el cine ha entrado a depender de la TV. Por un lado, la TV es un importante medio de distribución-difusión para el cine, y por otro, la TV se ha transformado en una importante fuente financiera del cine. Actualmente es común encontrarse con la RAI Italiana financiando películas de largometraje, lo mismo ocurre en Alemania y Gran Bretaña. Es importante considerar para el futuro de ambas industrias esta realidad internacional que aún no se implementa en Chile. Justamente la idea que más apoyo y consenso generó en el último seminario sobre el "Sistema Televisivo chileno", se refiere a la necesidad de integrar a los productores independientes nacionales de cine y video, en la producción y difusión de televisión. Pensamos en este sentido en las siguientes posibilidades:

- La importación de envasados extranjeros debe disminuir a un 25% de la programación total. Esta necesidad se hace patente para dar espacio a la producción nacional de TV, y además, como un incentivo para la producción independiente de cine y video nacional. Estas producciones que comprenden largometrajes, documentales y obras artísticas realizadas en Chile como en el extranjero, tanto en video como en cine, han estado hasta ahora vetadas de las pantallas del país. Sin embargo, la mayoría de ellas han encontrado difusión en la TV europea y norteamericana. Esta situación es inaceptable a juicio de muchos, sobre todo, cuando la calidad técnica y artística es superior a la de muchos programas de TV nacional. La TV en un futuro democrático, debiera dar un espacio privilegiado a estas producciones de carácter independiente.

- En cuanto a la producción. Si bien una ley de

fomento del cine en Chile es extremadamente necesaria para el desarrollo de esta industria, la TV puede jugar un importante papel que redunde en mutuo beneficio. Dentro de esta perspectiva es extremadamente positiva una estrecha relación de trabajo entre Chile Films y las Corporaciones de TV, sea para la co-producción de películas y documentales como para su distribución. En el capítulo de financiamiento del estudio publicado, se proponen en este sentido algunas medidas en relación a la co-producción entre productores independientes, Chile Films, las Corporaciones de TV nacional e internacional. (Ver "Los desafíos de la Televisión del Mañana" Ibid, pag. 53.) Tales medidas podrían implicar un enorme incremento de la actividad cinematográfica y una nueva fuente de diversidad, talento e innovación para la pantalla chica.

Es necesario destacar un último argumento en relación a la necesidad de incorporar a los productores independientes al sistema televisivo nacional, aspecto que fue recalorado por diferentes realizadores de televisión:

*"TV 13 tiene una infraestructura de primer nivel y eso es un patrimonio nacional. Pero ya quedó chica porque no hay canal en el mundo que funcione 18 horas diarias. Ya no hay estudio para ello. Los canales no son capaces de producir la cantidad de programas que se necesitan. Los programas independientes son una buena medida porque generan fuentes de trabajo y bajan los costos".*

Más aún, dentro de la "estructura de acceso" en lo que se refiere al cine y al video, pensamos que las Corporaciones de TV deben estar más abiertas a trabajar con artistas, productores y directores "freelance". La posibilidad de ocupar talentos que están fuera de la TV con seguridad implicaría renovación, nuevas iniciativas e innovación, además de solucionar el grave problema que significa cubrir las 18 horas de programación. En muchos casos, como ya lo hemos dicho, los profesionales y artistas independientes cuentan con mayor experiencia y talento que sus colegas de la TV. Traen consigo otras visiones y experiencias que pueden significar importantes aportes.



Lo normal sería que los artistas y profesionales en el campo audiovisual fueran contratados de acuerdo a las necesidades que se van presentando en los canales y no tener así mano de obra paralizada. Se trata que exista una estructura de trabajo con movilidad, flexible, eficiente y de gran calidad. Abrir las puertas a otros talentos, a otros creadores y profesionales, sobre todo si son de calidad, podría significar una importante vitalización al interior de los canales.

Finalmente en relación a la importación del cine y del video para la TV, pensamos que la cuota de 25% debiera repartirse entre programas diversos. Actualmente un 80% de los envasados provienen de EEUU, de los cuales en su mayoría son series o bien, salvo excepciones, son viejas películas de baja calidad. En este sentido, un número considerable de opiniones desean ver películas actuales, aún cuando sean subtituladas, ya que gran parte del cine y sobre todo el mejor no está traducido al español. El subtítulo no puede transformarse en un impedimento para mostrar películas de calidad; de hecho en Europa y otros países el subtítulo es ocupado en televisión, y en nuestro país la mayoría del cine está subtulado, por cuanto ya existe la experiencia de leer en la pantalla.

A nuestro juicio, no es posible que exista tan poca variedad y alternativas en la pantalla chilena, justamente en un área donde existe gran variedad donde escoger, como es precisamente el mundo del cine. Está el trabajo de importantes cineastas contemporáneos y clásicos que en la pantalla chilena se les desconoce. También existen múltiples documentales que pueden ser de enorme interés para los chilenos, los cuales tratan sobre diferentes temas, realidades y experiencias. Es importante destacar que el problema no es financiero, ya que en muchos casos una producción española, italiana o argentina, es más barata que una mala producción de Hollywood. Se trata de cambiar los criterios de selección, es imprescindible la diversidad y calidad.

#### e) *Los shows y programas de variedades*

Chile en este campo tiene una importante experiencia, que se expresa en shows de

variedades como "Sábados Gigantes", "El Show de la Una", "Exitó" o "Baila Domingo" y el "Japening con Ja". Asimismo, shows musicales o "estelares", como "Martes 13" y "Esquinazo". Sin embargo, hubo consenso en los seminarios en dos puntos: primero, los "shows están gastados" además de haber un excesivo número de horas dedicadas a este tipo de programación. También se critica la falta de innovación, la falta de originalidad, la falta de nuevos talentos, la excesiva repetición de formatos, números y estilos. Un productor de TV lo expresó de la siguiente manera: *"Es un formato que tuvo sus días gloriosos y ha entrado en franca decadencia. Antes por lo menos había capital para traer buenos artistas, hoy cada día se parecen más a los circos pobres"*. Por otro lado, se puede constatar que el show de variedades es el género nacional más desarrollado, con más costos de producción, el que más horas de transmisión ocupa y el que tiene más audiencia. Basta pensar en la exitosa historia de Sábados Gigantes, con más de ocho horas de transmisión y una audiencia de aproximadamente el 70% de los telespectadores.

Se argumenta que este fenómeno es típico de países bajo regímenes dictatoriales. Este tipo de programación, en el cual también se puede incluir el fútbol, tiene éxito, pues juega un papel "compensatorio", de "evasión", de "sublimación de deseos y aspiraciones frustradas"; son un medio para "alejar a la gente de la realidad en que viven", crean "falsas expectativas", "ilusiones y fantasías" que hacen "olvidar la miseria y la opresión", que hacen "más vivible la vida". (Ver J.A.C Brown. "Techniques of Persuasion". pags. 66-79. Penguin. Londres 1981).

Por otra parte, se argumenta también que los shows han sido los únicos espacios que han permitido la "participación popular", donde el "chileno se ha podido reflejar", donde "la cultura popular se ha podido expresar". Son los únicos espacios donde hay "solidaridad humana", "integración social", "campañas de bien público".

Creemos que mientras los derechos civiles estén restringidos o reprimidos, sea por el "artículo 24", por el "estado de emergencia", por "los estados de sitio", por "las restricciones vehiculares", o



por el "toque de queda", la vida interior, la vida de hogar y familiar, ha pasado a ser preponderante en la sociedad civil chilena. En este sentido, la TV juega un importante papel: llenar el tiempo libre de la vida hogareña. En esto, los shows de variedades, los musicales y los espectáculos son los programas favoritos para cubrir este tiempo de ocio y de falta de vida pública.

Sin embargo, la experiencia de países que han retornado a la democracia demuestra que al "abrirse" la vida pública, la calle y el reinado de la sociedad civil, el dominio de la TV disminuye, y el público, en vez de ocupar su tiempo libre mirando shows o fútbol, pasa a ocupar ese tiempo en las múltiples posibilidades que surgen con esta "apertura". Pensamos que este argumento es válido para la situación chilena y a su vez se desprenden algunas políticas a seguir.

- Será necesario disminuir el número de horas dedicadas a este tipo de espacios, ocupándose ese tiempo con géneros que han estado ausentes de la pantalla chilena, los cuales contarán con una enorme demanda, como lo prueban otras experiencias históricas.

- Discrepamos con aquellos que argumentan en favor de la eliminación de este tipo de espacios. Si bien los shows de variedades y los espectáculos pueden jugar un papel "compensatorio" o de "evasión", también hay que reconocer que juegan un papel de "integración" y "participación" popular. Si bien los shows desarrollan la "ideología consumista", a su vez son espacios que desarrollan la "cultura popular". Junto con crear ilusiones y fantasías, son programas que realizan labores de orientación, solidaridad y de servicio público, especialmente en el caso de "Sábado Gigantes". No obstante, nos preguntamos: ¿por qué la evasión, la diversión el placer y la alegría son privilegio de los sectores que siguen las "grandes artes"?; acaso contemplar, leer y escuchar las "grandes artes" no implica "evadirse", "escaparse", entregarse a la contemplación pasiva?. Pensamos que cualquier amante sincero de estas artes lo administraría. Como la planteáramos en otro estudio en relación a Sábado Gigantes:

*"Pensamos que muchos "iluminados" debieran respetar y tratar de aprender de lo popular; o*

*acaso la cultura popular no tiene nada que enseñar para hacer más vivible esta vida y más convivible esta sociedad?. La "cultura popular", para analizarla o juzgarla, hay que hacerlo desde la "cultura popular" misma; de la misma manera que es absolutamente inaceptable que desde la "cultura popular" se juzgue por ejemplo, la "música clásica", el "racionalismo" o el "intelectualismo". En este sentido, también rechazamos la actitud "anti-intelectual" de Sábado Gigantes, que parte suponiendo que "lo popular" rechaza por principio la cultura bajo formas más complejas, profundas y elaboradas. Ambas posiciones llevan a ideologizaciones, que poco aportan a subir la calidad cultural y moral de un país. ( J. Carlos Altamirano: "Don Francisco: un caso de televisión" ILET, 1986. En prensa.).*

**En resumen.** Sobre esta base, pensamos que para conciliar ambas posiciones en lo que se refiere a compartir la programación televisiva, es necesario contar con distintos programas, redes de TV, programas y contenidos correspondientes a gustos, intereses y culturas diversas que componen el conjunto y la pluralidad social; donde no solamente a través de Sábado Gigantes se realice "representaciones de lo popular", "servicios públicos", "participación popular", sino además, en otros tipo de programas y géneros. Aún más, se trata que dentro de esta diversidad y pluralismo, la imaginación, la ilusión, el encanto de un mundo más hermoso, fantástico y solidario, no quede monopolizado y realizado en los límites de los estudios de los shows, sino además, sean parte de los discursos y representaciones de otros programas y géneros televisivos, que interpelen, y representen a la sociedad civil y política en su conjunto.

### 3. Programas de Utilidad Pública

#### a) Programas de educación

Pareciera existir consenso en diferentes sectores directivos de la sociedad civil y política del país, en cuanto a la necesidad de desarrollar programas de carácter educativo formal. Compartimos esta inquietud y legítimo interés. Sin embargo, para desarrollar esta política, es necesario considerar y resolver una serie de importantes desafíos.



- La primera pregunta que resalta se refiere al tipo de destinatario de los programas educacionales. Tradicionalmente en la TV europea, más específicamente en la británica, se diferencian tres tipos de grupos a los cuales están dirigidos los proyectos educacionales: programas infantiles educativos; programas para escolares, los cuales se dividen en dos grupos: educación primaria y educación secundaria; por último, educación post-colegial o educación para adultos. Creemos que una de las primeras tareas en el diseño de una política educacional, es reconocer y diferenciar las distintas necesidades e intereses que hay en este campo. Es esa una tarea a desarrollar por una comisión especializada en la materia. A simple vista, por ejemplo, se puede constatar, que de acuerdo a la realidad chilena, existe un cuarto grupo al cual estos programas se deberían dirigir: a los analfabetos o semi analfabetos.

- Por otro lado, es necesario reconocer cuales son las necesidades prioritarias: son los programas escolares o es la educación adulta? En Gran Bretaña, de acuerdo al Annan Report, la demanda mayor se sitúa en la educación post colegial. Para ello se fundó la llamada "Open University" (la cual transmite a través de la BBC 2) que permite al público adulto seguir desde sus hogares diversas carreras universitarias con graduación.

Si bien en Chile estos programas también podrían tener un gran éxito, requieren, sin embargo, de una sofisticada estructura que actualmente, a nuestro juicio, está mas allá de nuestras posibilidades económicas. También en Chile las prioridades deben estar dirigidas a otros campos de la educación, como por ejemplo:

- **cursos escolares:** Cursos que complementen la educación primaria, especialmente dirigidos a los sectores más pobres, a los habitantes de regiones extremas o aisladas del país.

- **cursos para jóvenes:** cursos preparatorios para la Prueba de Aptitud Académica; cursos de especialización o training en áreas técnicas; programas dirigidos a orientar a los jóvenes que dejan el colegio y se proyectan en la búsqueda de trabajo; programas de orientación para jóvenes cesantes.

- **cursos para adultos.** Por un lado, están las necesidades de realizar programas que complementen las campañas de alfabetización, o bien programas que incentiven el desarrollo cultural para sectores con bajo nivel educacional. Por otro lado, están las necesidades de adultos cuyo interés es desarrollar su nivel intelectual y cultural con programas académicos en áreas científicas y artísticas.

En resumen, es necesario reconocer las diferentes necesidades y demandas de la población, así como las diferentes prioridades que hay en el campo de la educación. Esto plantea una serie de problemáticas interrelacionadas:

- Es necesario considerar la efectividad de los programas educacionales, antes de materializar una política en esta materia. En Gran Bretaña mismo, el Standing Conference of Broadcasting y Lord Vaizey, puntualizaron a la comisión del Annan Report ( ver ibid. pag 304 ), la falta de efectividad de los programas educacionales. No obstante, de acuerdo al Annan Report, no hay suficientes datos que prueben efectivamente esta tesis, o bien la contraria, en orden a que los programas educativos son efectivos en la formación escolar o adulta. En Chile este problema puede ser aún mayor, puesto que se argumenta que la efectividad depende de la calidad del servicio.

- Se plantea la necesidad de que todos los cursos o programas educativos realizados por televisión, sean acompañados con su correspondiente material didáctico complementario. Sin este material, el Annan Report argumenta que la efectividad de los programas es dudosa. La experiencia en este sentido de Teleduc, que acompaña los cursos con material complementario, ha sido extraordinariamente positiva. En consecuencia, esto implicaría la necesidad de crear una infraestructura que produzca este material especializado y lo distribuya en los colegios y usuarios de los programas educativos.

- Se argumenta que los cursos o programas escolares son efectivos y de calidad en la medida que éstos se transmiten o son recibidos en las salas de clases. Es muy difícil conseguir que un niño siga sistemáticamente desde su hogar un



programa educativo. Además, no todos los niños más necesitados en esta materia tienen televisión. Es necesario entonces, que cada escuela (por no decir cada curso) tenga su televisor para recibir estos programas educativos. Aún más, ya que los programas no pueden repetirse de acuerdo a las necesidades de cada clase o colegio, se hace necesario el uso de video grabadoras, lo cual permite volver a pasar los programas tantas veces como sea conveniente. Este sistema ha tenido gran éxito en los países desarrollados. En Chile, creemos que será un enorme desafío tan sólo plantearse equipar liceos y escuelas con televisores.

- Otra variable importante de considerar son las limitaciones mismas del lenguaje televisivo para realizar programas formales. Especialistas en la materia sostienen justamente que los programas educacionales no pueden ser "clases filmadas". En este sentido, para producir programas educacionales compatibles con la realidad televisiva, creemos que es fundamental considerar las sugerencias hechas en el capítulo anterior en relación a respetar y ocupar el lenguaje televisivo.

- Posiblemente las restricciones económicas y de tiempo televisivo constituyen los mayores desafíos para desarrollar una política de educación por televisión. La pregunta es: quién tiene la responsabilidad de financiar la producción de los programas educativos y toda la infraestructura necesaria para que éstos sean efectivos?. A nuestro juicio, tal responsabilidad debería ser del Ministerio de Educación. Es irrealista pretender que los programas educacionales sean auspiciados por la publicidad. Más aún, no sería adecuado que programas de esta naturaleza estuvieran, por ejemplo, vendiendo "Nescafé". Es necesario considerar, además, que un servicio de educación con relativa envergadura planteará la realización de un número considerable de producciones e importación de programas. En este sentido, el desafío económico es importante aún en el hipotético caso de un óptimo financiamiento publicitario.

La asignación de tiempo televisivo para estos programas es otro problema. Desde el medio día para adelante, existe una demanda mayoritaria de

los telespectadores por recibir programas artísticos de diversión. Es muy posible que la transmisión de programas educativos formales en ese horario, produzca un total rechazo por parte de la inmensa mayoría de los telespectadores. Es importante y necesario respetar esa voluntad mayoritaria. También se debe considerar el factor competencia. Si por ejemplo TVN transmitiera programas de educación formal durante las tardes y Canal 13 transmitiera paralelamente una telerSerie, no nos cabe la menor duda que la mayoría de los televidentes, incluyendo la población infantil, cambiarían a Canal 13. Tal es el desafío de la competencia legítima.

Pensamos, sin embargo, que tanto los Canales Universitarios, en especial, el nuevo Canal de TVN, pueden y deben asumir la tarea de transmitir programas de educación al margen de la competencia. La programación de estos espacios durante la mañana puede resolver en una importante medida el problema de la competencia y la asignación de tiempo televisivo, coincidiendo también con el horario escolar.

**En resumen**, si bien es fundamental realizar una política de programación educativa para escolares y adultos necesitados, tal desafío tiene que ser compartido con el Ministerio de Educación. La televisión, insistimos, no está en condiciones de transformarse en universidad o en escuela, ni creemos que le corresponde ese papel. Es el Ministerio de Educación quien debe financiar, concebir y organizar un proyecto educacional con la envergadura suficiente para ser realmente efectivo. La televisión puede y debe aportar con la producción de estos programas y su transmisión.

#### *b) Los programas deportivos*

A igual que los shows de variedad, los programas deportivos han tenido en este último decenio una enorme presencia en la pantalla chilena. Por una parte, existe una importante demanda por estos programas, los cuales gozan de un alto rating. Por otro, junto con el éxito popular, pensamos que los programas deportivos juegan un papel significativo en la recreación



pública, sobre todo, incentivando el deporte en la juventud. Por estas razones, creemos que es un campo de vital importancia, y se hace necesario seguir desarrollándolo. Recogiendo las diferentes demandas y críticas en cuanto a estos programas, se pueden realizar las siguientes proposiciones.

- **Ampliar la diversidad.** Se puede constatar, que la programación deportiva está dominada por tres deportes: Football, Tenis, Automovilismo y sus derivados. Curiosamente, deportes que en nuestro país no tienen tradición y receptividad masiva como el hokey y el rugby, son también televisados. Sin embargo, están prácticamente ausentes deportes más tradicionales y populares como el basketball, bolleyball, carreras de caballo, y sobre todo el atletismo. A su vez, existe otra enorme variedad deportiva que debería ser televisada: sky, salto de caballos, natación, karate, boxing, tenis de mesa, etc.

Si bien la diversidad de deportes e intereses superan la capacidad actual de la televisión para cubrir cada uno de ellos, por lo menos los canales actuales deberían hacer un esfuerzo para llevar a la pantalla las diferentes "finales" de las competencias nacionales o internacionales que se realicen en nuestro país.

- **Sobre la transmisión paralela.** Un número considerable de críticas negativas se han realizado en relación a la difusión del mismo evento deportivo, por dos canales simultáneamente. Esta situación es particularmente notoria en el caso del football. En este sentido, un acuerdo intercanal para cubrir las "finales" o un importante evento deportivo, permitirá que la población televisiva cuente con alternativas diferentes y no esté sometido a una "cadena nacional" de football o tenis, o de otro evento deportivo. También esto ocurre con los programas deportivos, los cuales son transmitidos el mismo día y en el mismo horario, lo que perjudica a los propios admiradores del deporte y a los que no lo son. Se debe entonces, ofrecer diversidad y programas alternativos de manera apropiada para satisfacer a los amantes del deporte, como también los variados intereses del público televidente.

### *c) Los programas de orientación pública*

Una de las ventajas de la llamada "revolución de las comunicaciones" consiste en permitir a la ciudadanía un rápido acceso a la información, siendo ésta cada vez más necesaria para mejorar la calidad de vida. (Ver Alvin Toffler. "La Tercera Ola" ibid). Por estas razones, la televisión debería ofrecer servicios múltiples de información y orientación. Entre las varias posibilidades, existen algunas sugerencias concretas:

- A través de espacios de corta duración entregar reportes del tiempo; condiciones del tránsito y vías de acceso; itinerarios de aviones, trenes y autobuses; reportes financieros; cartelera de espectáculos y recreación; boletines informativos; turnos de farmacia; etc.

Junto con este tipo de reportes, es posible la programación de espacios informativos especializados en actividades de primera necesidad. Veamos algunos ejemplos:

- Programas sobre agricultura que informe sobre técnicas de cultivo, cosecha, protección de contaminaciones, etc. Se trata de entregar un servicio informativo para pequeños agricultores o gente que vive del cultivo de la tierra. Tales programas deberían estar financiados por el Ministerio de Agricultura.

- Programas para el consumidor. Se trata de ofrecer un servicio informativo que proteja los intereses de los consumidores; que los oriente en asuntos financieros, como ahorros, planes de inversión, compra y venta, etc.

- Programas de consulta y orientación social: Existe una gran demanda, según encuestas realizadas por Sábados Gigantes, de programas que ofrezcan consultas públicas sobre problemas legales y médicos; programas a los cuales pueden recurrir gente con escasos recursos, los cuales son orientados por abogados y médicos.

### *d) Programas de solidaridad pública*

La TV ha jugado un importante papel en la



realización de campañas de solidaridad. Pensamos que este tipo de campañas no sólo ayudan a los damnificados y necesitados, sino también contribuyen a integrar al país y a desarrollar un espíritu humanista y solidario. Creemos a su vez, que este tipo de esfuerzos encaminados a obtener un resultado, debiesen realizarse al margen de los show de variedades y sin uso publicitario.

- También se hace necesario contar con programas semanales en los cuales se puedan solicitar servicios de urgencia, como donaciones de sangre y medicamentos. A su vez estos espacios podrían ser utilizados por orga-

nizaciones caritativas. Se trata de sensibilizar e incentivar al público para que contribuya con las campañas de solidaridad para gente impedida, damnificada o enferma.

En conclusión. La TV está capacitada para realizar una serie de servicios de información y orientación pública, como de solidaridad. Tal capacidad debería explotarse sistemáticamente, sin fines de lucro o publicidad. Estos programas debieran ser de corta duración y entregados al público como un servicio de las corporaciones de televisión.



## BIBLIOGRAFIA

- (1) Annan Report: "Report of the Committee on the Future of Broadcasting". Her Majesty's Stationary Office. Londres 1977. El presente informe de 519 páginas, fue elaborado bajo la conducción de Lord Annan y solicitado por el Secretario de Estado, para ser presentado al Parlamento, con el fin de conocer la situación del medio televisivo y sus futuras perspectivas. A partir de este documento, se legisló la última ley de televisión para Gran Bretaña.
- Rosalind Coward y John Ellis, "LANGUAGE AND MATERIALISM". Routledge & Kegan. Londres 1977.
  - James Curran y Jean Seaton, "Power Without Responsibility". Methuen & Co. Ltd, Londres 1985.
  - José Joaquín Brünner, "ENTREVISTAS, DISCURSOS, IDENTIDADES", FLACSO.
  - Diego Portales, "LA INDUSTRIA DE LA COMUNICACION CHILENA EN LA DEMOCRACIA Y EL AUTORITARISMO", Editorial Nueva Imagen, México 1981.
  - Malave Mata, Simpson, Capriles, Portales, Reyes Matta, Garcia Canclini, Gongora, Gutiérrez, ¿COMUNICACION: DOMINACION O DEMOCRACIA?, ILET, Nueva Sociedad 1984.
  - Guillermo Sunkel, "RAZON Y PASION EN LA PRENSA POPULAR", ILET 1985.
  - Furio Colombo, "RABIA Y TELEVISION", G.Gili S. A., Barcelona 1983.
  - Theodor W. Adorno, "TELEVISION Y CULTURA DE MASAS", EUDECOR, Córdova 1966.
  - Valerio Fuenzalida y Paula Edwards, "TV Y RECEPCION ACTIVA", CENECA, 1985.
  - Valerio Fuenzalida y Paula Edwards, "EDUCACION PARA LA TV", CENECA, 1984.
  - Adriana Santa Cruz y Viviana Erazo, "COMPROPOLITAN", ILET, Editorial Nueva Imagen, 1980.
  - Nicholas Graham, "STRUCTURES OF TELEVISION", British Film Institute, 1980.
  - Caroline Heller, "BROADCASTING AND ACCOUNTABILITY", British Film Institute, 1978.
  - Colin McArthur, "TELEVISION AND HISTORY", British Film Institute, 1980.
  - Felipe Herrera, "COMUNIDAD LATINOAMERICANA DE NACIONES", Editorial Universitaria, 1983.
  - Enrique Lafourcade, "EL ESCRIBA SENTADO", Ediciones de La Fourcade, 1981.
  - Augusto Góngora, "LA TELEVISION DEL MUNDO POPULAR", ILET 1983.
  - Raymond Williams, "TELEVISION", Fontana Original, 1974.
  - Lorenzo Vilches, "LA LECTURA DE LA IMAGEN", EDICIONES PAIDOS, Barcelona 1983.



- Giancarlo Marmorì, "ICONOGRAFIA FEMENINA Y PUBLICIDAD", Editorial G.Gili S.A. Barcelona, 1977.
- Roland Barthes, "MYTHOLOGIES", Granada Publishing, Londres 1973.
- John Berger, "WAYS OF SEEING", British Broadcasting Corporation, Londres 1972.
- Stephen Lambert, "CHANNEL FOUR. TELEVISION WITH A DIFFERENCE?", British Film Institute, 1982.
- Albert Kienntz, "PARA ANALIZAR LOS MASS MEDIA", Edición Fernando Torres, 1974.
- John Ellis, "VISIBLE FICTIONS", Routledge & Kegan Paul Ltd., Londres, 1982.
- Andrew Tudor, "CINE Y COMUNICACION SOCIAL", Editorial G.Gili S.A. , 1974.
- Hal Himmelstein, "TELEVISION MYTH AND THE AMERICAN MIND", Praeger Publishers, New York, 1984.
- Arthur Asa Berger, "TELEVISION AS AN INSTRUMENT OF TERROR", Transaction Books, New Jersey, 1980.
- Peter Conrad, 'TELEVISION. THE MEDIUM AND ITS MANNERS", Routledge & Kegan Paul, Boston, 1982.
- Gerald R Miller & Michael Burgoon, "NEW TECHNIQUES OF PERSUASION", Harper & Row Publishers, USA, 1973.
- Valerio Fuenzalida, "TELEVISION PADRES - HIJOS", CENECA, Ediciones Paulinas, 1984.
- Pablo Huneeus, "LA CULTURA HUACHACA", Editorial Nueva Generación, 1981.
- Antonio Gramsci, "CULTURA Y LITERATURA", Ediciones Península , Barcelona, 1967.
- M. Mc. Luhan, "UNDERSTANDING MEDIA", New York, 1964.
- Stanford Institute for Communication Research, "EDUCATIONAL TELEVISION", Washington 1971.
- F. Wolf, "TELEVISION PROGRAMMING FOR NEWS AND PUBLIC AFFAIRS", New York, 1972.
- R. Dyer, "LIGHT ENTERTAINMENT", B.F.I., London, 1973.
- J. Halloran, "EFFECTS OF MASS COMUNICATION", Leicester, 1964.
- N. S. Morris, "TELEVISION'S CHILD", Boston, 1971.
- "WHAT'S THIS CHANNEL FOUR?", Edited by Simon Blanchard and David Morley; Comedia Publishing Group, London, 1982.
- "POPULAR TELEVISION AND FILM, Edited by Tony Bennett, Susan Boyd-Bowman, Colin Mercerand and Janet Woollacott; British Film Institute, 1981.



- "COMMUNICATIONS POLICY FOR NATIONAL DEVELOPMENT", Edited by Majid Teheranian, Farhad Hakimzadeh and Marcello L. Vidale; Routledge & Kegan Paul, London, 1977.
- "CULTURE, MEDIA, LANGUAGE", Edited by Stuart Hall, Dorothy Hobson, Andrew Lowe and Paul Willis; Hutchinson & Co., London, 1980.
- ✗ María de la Luz Hurtado, "TRANSFORMACIONES ESTATALES Y MODELOS DE TELEVISION EN CHILE", CENECA, agosto 1984.
- ✗ Paulina Gutiérrez, Giselle Munizaga, Alfredo Riquelme, "SISTEMA DE COMUNICACION EN CHILE", CENECA, febrero 1985.
- ✗ Valerio Fuenzalida, "TRANSFORMACIONES EN LA ESTRUCTURA DE LA TV CHILENA", CENECA, marzo 1983.
- Giselle Munizaga, M. de la Luz Hurtado, Anny Rivera, Augusto Góngora, Valerio Fuenzalida (editor), "EDUCACION PARA LA TV", CENECA, 1982.
- José Joaquín Brünner, "POLITICAS CULTURALES PARA LA DEMOCRACIA", CENECA, febrero 1985.
- Mariano Fernández A., "EL FUTURO DE LA PRENSA ESCRITA: REFLEXIONES Y ELEMENTOS PARA UNA PROPUESTA", CED, abril 1986.
- Diego Portales, "LA CONTRIBUCION DEMOCRATICA DE LA TELEVISION", ILET, abril 1985.
- Juan Andrés Piña, "ALTERNATIVAS DE CONTROL, FINANCIAMIENTO Y PROGRAMACION DE LA TV CHILENA EN UNA SOCIEDAD DEMOCRATICA", Instituto Chileno de Estudios Humanísticos, 1983.
- Fernando Reyes Matta, "COMUNICACION ALTERNATIVA Y DESARROLLO SOLIDARIO ANTE EL MUNDO TRASNACIONAL", ILET, 1982.
- Valerio Fuenzalida, "DEMOCRATIZACION DE LA TV CHILENA", Corporación de Promoción Universitaria, 1984.
- INFORME SEMINARIO "LA TV EN CHILE: INFLUENCIAS, ORIENTACIONES, PERSPECTIVAS", Corporación de Promoción Universitaria, marzo 1985.
- SINTESIS Y CONCLUSIONES DEL PRIMER ENCUENTRO DE LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA CHILENA, Relatora: M. de la Luz Hurtado, CED, CENECA, ASICI, A.P.C., APTA, OCI, documento provisorio.
- "HACIA PROCESOS DE DEMOCRATIZACION CULTURAL: BASES PARA UNA DISCUSION DE POLITICAS COMUNICACIONALES EN CHILE"; CENECA, CEDES, INTERCOM, marzo 1985.
- "NOTAS PRELIMINARES PARA UNA POLITICA DEMOCRATICA EN COMUNICACIONES, Proyecto Alternativo. Seminario Nacional de Profesionales Técnicos e intelectuales en homenaje a Eduardo Frei, enero de 1984.



## COMENTARIOS A LA EXPOSICION

PATRICIO HALES (\*)

He dicho en otras oportunidades, y me permito repetirlo, que los políticos nos estamos vinculando a los medios de comunicación principalmente de dos maneras: una, la más formal, la vinculación oficial que se establecería desde una propuesta política global-social hacia los problemas de la comunicación. Aquella que en el futuro, en un proceso de democratización que suceda a la dictadura que hoy vivimos, podríamos diseñar desde los aparatos del Estado, que podríamos normar, crear instrumentos, legislar, estableciéndose una vinculación en la que aparentemente estaríamos elaborando políticas de comunicación. Es la vinculación que parece como natural en la relación del desarrollo Política/Estado/Sociedad; por eso yo la llamo la vinculación formal de los partidos políticos con respecto a los problemas y objetivos de los medios de comunicación. La segunda forma de vinculación, que yo llamo la del "tropiezo diario", es aquella en que, más que establecer un contacto sobre la base de propuestas de políticas, tenemos una actitud de instrumentalización, uso y descuido. La superficialidad con que en el pasado democrático abordáramos la primera forma y el inmediatismo oportunista que caracteriza a la segunda, indican que parecemos no comprender el enorme rol que tiene la comunicación y sus medios para la conducción de la lucha de masas, y tampoco estaríamos comprendiendo la significación que tiene el comportamiento de las masas en la modificación de la historia. Hemos dicho que sin lucha de masas no hay cambio

histórico, no hay democracia, no hay revolución social, y sin comunicación no hay lucha de masas.

La forma en que se ha ido dando la relación entre medios de comunicación y propuesta política, parece realmente paradójica. Es casi increíble que los que estamos preocupados de la conducción política, convencidos que la suma de seres humanos en su lucha social es lo que modifica la historia, nos vinculemos a los medios de comunicación en una relación "a tropezones".

Hemos sido invitados a hacer algunos comentarios respecto a televisión y democracia, más específicamente en lo que se refiere a una Programación Televisiva Democrática, como una sugerente forma de adelantarnos al futuro democrático, a la vez que estimular su advenimiento, y a esa actitud de anticipación creo conveniente agregarle la revisión de nuestras conductas. Estos encuentros, por una parte les señalan a los partidos políticos algunos de sus vacíos y carencias, y por otra les permite ir avanzando en la acumulación de antecedentes, comprendiendo y elaborando pequeñas propuestas, modestos instrumentos, diseños concretos parciales donde también se juega la democracia. Estos encuentros nos obligan a desarrollar el concepto de democracia y nos van permitiendo conocer como hay múltiples factores -entre ellos la Programación Televisiva- por medio de los cuales se puede ir abriendo camino a la democracia y el

---

(\*) Arquitecto. Ha sido profesor de Planificación Urbana en la Universidad de Chile y en la Academia de Humanismo Cristiano.



día de mañana hacerla sólida, estable y cada vez más extensa y profunda.

Queremos la democracia para una vida mejor; ponemos el acento en el hombre. Estos encuentros con especialistas en comunicación social y medios de comunicación permiten que vayamos ganando capacidad instrumental para hacer una vida mejor. Ganamos por tanto en nuestra capacidad de conducir la política, lo cuál en definitiva es el único sentido de un partido político.

Una programación televisiva democrática no puede sino estar inserta en una concepción democrática del Estado y de la gestión pública.

A mi juicio, para que una programación televisiva sea democrática debe considerar a lo menos cuatro cuestiones básicas.

1. Una apertura al Tercer Mundo;
2. Una redefinición de lo cultural;
3. Incorporación de las grandes mayorías; y,
4. La cuestión político-ideológica de la programación.

Estoy dejando fuera de mis comentarios muchas otras materias que son fundamentales en lo que se refiere en general a la relación T.V. y democracia, como: discusión interna, financiamiento, régimen de propiedad, relación con las Universidades, formación académica, fuerzas armadas y otros. Me limitaré a los cuatro aspectos que señalé.

1. La televisión democrática debe desarrollar una concepción de *programación que se inspire en una cultura Tercermundista*, o de "no alineados", que es más correcto como definición. 300 millones de seres humanos que habitamos en América Latina, sin sumar a ellos todo el resto de habitantes de países en un igual estadio de desarrollo, constituimos el mundo de los "no alineados".

Cuando uno ve TV se pregunta: ¿donde están esos millones de personas?. Ese mundo afín y hermano. ¿Cuándo está presente en la programación televisiva?.

O peor aún: cuando aparecen esos pueblos

hermanos, ¿cómo aparecen?, ¿cómo nos son presentados?, ¿en qué medida al verlos estamos reconociendo problemas comunes, orígenes comunes, dramas compartidos, dependencias del mismo estilo?.

No hay en la programación televisiva una preocupación por hermanarnos. Más bien parece haber un interés por singularizarnos, diversificarnos, separarnos, desunirnos; cada uno se presenta al otro en su exotismo local. ¿Cómo es posible que por años en la T.V. chilena la única relación que establecemos con Puerto Rico es a través de un programa de música salsa, merengues, caderas moviéndose y cantantes, como ocurre en el Canal 11, que es nada menos que el Canal de la Universidad de Chile? Lo que nos muestra es la caricatura de un pueblo latinoamericano que no da ni para folletín de turista "yanqui". El pueblo chileno es educado así en torno a Puerto Rico. En cambio de otros pueblos, de los que dependemos, nos muestran modelos de vida, valores sociales, etc. Conocemos más de la vida (verdadero o no) de un policia de Nueva York que de la de un estudiante, un obrero o un profesor portorriqueño. Sabemos más de las feministas norteamericanas que de las barbaridades machistas de Puerto Rico. No sabemos de sus alegrías como pueblo, de su penas, de su nivel de vida, de sus conflictos. Jamás la T.V. chilena ha incluido en su programación portorriqueña algún relato de lo que significa ser "Estado Libre-Asociado" de los Estados Unidos, pero le sobra tiempo y espacio para mostrarnos un festín de ritmo y baile.

Los dramas y las alegrías comunes con otros pueblos hoy son expresados como elementos de segunda en la programación de la TV. La caricatura, el exotismo es lo predominante en la manera de expresar al Tercer Mundo. Así con todos, más allá de Puerto Rico. En la programación está más presente Brooklyn que Sao Paulo, hay más gansters de Chicago que de los habitantes de las "favelas", "villas miserias", "callampas", "barriadas", que son ladrones callejeros día a día porque tienen hambre, conocemos más del Oeste norteamericano que de la conquista del Amazonas o de la pampa argentina. Entonces seguiremos con la idea que en lo esencial Argentina es el tango, Perú es Machu-Pichu, Méjico los "charros" de pistolón y llanto, Africa los



negros semi-salvajes, etc. Claro, es un problema cultural más complejo que la sola programación televisiva pero *debiera incentivarse desde la Programación Televisiva una cultura de hermandad con el Tercer Mundo*.

Leonardo Cáceres dice "esta condición de la TV que se internacionaliza, se hace especialmente peligrosa para los países tercermundistas. Vivimos en un mundo dual esquizofrénico, en el que millones de seres humanos viven una situación de miseria material y espiritual intolerable y, en vez de verla y de tomar conciencia de ella, ven una realidad absolutamente distinta que les es transmitida e inculcada por los aparatos de TV".

*La concepción de apertura de la TV. al Tercer Mundo debe trabajarse extensamente en lo noticioso:* entregar la noticia en el concepto de hermandad, la idea del problema común, romper los moldes comparativos, tener otros patrones de comparación noticiosos, romper la manera de comparar. Juan Carlos Altamirano es autor de un estudio para la discusión de la Programación Democrática en TV. que me parece ejemplar. Por su modestia, por su valentía para exponerse a la contradicción en tesis apenas insinuadas, sin desarrollo, y también ejemplar por algunas de sus reflexiones. Altamirano resalta diciendo que "se estigmatiza esta cultura popular como obsoleta, incluso incivilizada, llamándola (en Chile) como "cultura huachaca". Yo agregaría que *existe una estigmatización de un tipo de noticias*. La crisis de lo cultural del Tercer Mundo en la Programación Televisiva se agudiza en lo noticioso, al punto que el matrimonio del Príncipe Carlos ha ocupado días vía satélite y nuestros pueblos conocen las semejanzas y diferencias entre Lady Di y Sara Ferguson, tanto en su carácter, su vestuario, sus esposos, mientras que confunden la guerrilla salvadoreña con los problemas de Honduras, los "contras" y Guatemala como un solo problema de la noticia "bananera".

2. *En lo cultural es necesaria la incorporación gigantesca de lo popular en torno a lo que yo llamo nuestra "identidad cultural".* Esto es algo que me persigue y que yo persigo permanentemente. He sostenido la necesidad de

encontrar nuestra "identidad cultural" y nuestra "identidad nacional", cuestión que menciona Altamirano de esta última forma. Yo lo he mencionado cada vez que nos referimos a la democracia y en especial cuando hablamos de cultura, educación, sistema educacional. Y los medios de comunicación de masas son parte del sistema educacional; educación informal, pero educación en definitiva y por tanto víctimas de nuestra crisis de identidad.

Sobre el particular, tenemos el magistral discurso de García Márquez cuando recibe el Premio Nóbel de Literatura. En tal ocasión cuenta de la tragedia de identidad de nuestros pueblos relatando el episodio de esa comisión de "hombres notables" que se fue a París para ordenar la elaboración de la estatua del General Francisco Morazán para ponerla en la plaza principal de la capital de Honduras. Hasta hoy los hondureños rinden homenaje al Mariscal Ney, porque la comisión se farreó la plata y compró, con el dinero que le quedaba, en una casa de remates la primera estatua que encontró de algún hombre a caballo. ¿Identidad cultural de nuestras tradiciones? ¿De lo nuestro?. Basta con comprar a cualesquiera que tuvieran charreteras doradas, cuello cerrado con algo de terciopelo encima, pelo claro semi-ondulado y cara de europeo para que se hubiesen reunido las condiciones de facha de héroe de nuestra propia independencia.

¿Qué son nuestras tradiciones?.

La Programación Televisiva Democrática tendría que incorporar tanto de *lo que somos* y que está tan ausente en el oficialismo de la TV. y en cambio *tan presente en la vida diaria*. Hay que legitimar el orgullo de lo realmente nuestro.

Mucho más chilenos que el vino y los porotos, que no son chilenos en sus orígenes, son los personajes vivos de nuestro pueblo y que no los he visto nunca en algún programa de televisión y en cambio los veo todos los días en las calles: el "afila cuchillos" que recorre los barrios con su piedra-esmeril soplando una flauta para anunciarse; el "cargador de la Vega", aquellos hombres que transportan fruta tirando el carro con la fuerza de sus cuerpos, como un "rick-shaw"



lleno de frutas y verduras entremedio de los autos y buses del centro de Santiago; el "sanguchero" del Estadio en el fútbol; el vendedor de "potitos"; los "cantantes de micros", que son gente que tiene vida, son realidad, no son inventos para turistas, tienen hasta sindicato y se reparten recorridos de la locomoción colectiva para subirse a cantar por "lo-que-usted-quiera". Hay que destruir la vergüenza de nuestros personajes populares.

*Debemos incorporar en nuestra programación televisiva la religiosidad de nuestro pueblo.* Nuestros santos, las "animitas", el culto a los muertos en tragedias, las supersticiones, nuestros mitos. *Si no ingresa lo popular, lo real, entonces no será una programación democrática,* no reflejará el "demos". El hecho de masas más grande que haya existido nunca en Chile, por lo menos antes de la visita del Papa y después de la Batalla de Maipú, fue la ceremonia de coronación de la Virgen del Carmen en el Parque Cousiño; vino de Roma un representante del Papa y en esos años pasó un avión volando sobre la multitud. Eso es parte de nuestra identidad.

*Incorporar lo popular es mostrar nuestras vidas;* la aventura de intentar tomar locomoción colectiva en Santiago todos los días; contar del por qué de los nombres de nuestros hijos en tal y cual momento de nuestra historia; cómo esos nombres están interconectados con nuestro desarrollo social y político, con las luchas del pueblo; esos nombres de principios del siglo de esos hijos de racionalistas, ateos, positivistas, masones, que no usaban el santoral y los llamaban Sansón, Radical, Invencible Armada, Dantón, Justicia Espada; o las historias de aquellos compañeros que por estos años han tenido que irse cambiando los nombres colocados por el entusiasmo revolucionario de sus padres que los inscribieron en el Registro Civil como José Stalin Loyola, Wladimir Lenin Carrasco.

Debemos hacer programas que muestren nuestros miedos, nuestras dependencias apasionadas por lo extranjero, nuestros comportamientos.

La programación de hoy en Chile entiende la "identidad nacional" no más allá de la cueca con

un par de huasos, los héroes-patrios-militares y la bandera.

Un comentario sobre producción nacional a propósito de lo cultural y nacional. Se suele repetir a menudo la idea de poner énfasis en la producción nacional. Esto es importante, pero atención, porque realmente *producción nacional no significa necesariamente producción democrática.* Estamos hablando de programación televisiva democrática. Al contrario, la producción nacional puede estar cargada de contenidos antidemocráticos, contrarios a una concepción democrática; puede ser antiamericana, extranjerizante, consumista, antipopular, puede ser profundamente antidemocrática. Basta ver algunos programas "made in Chile" que no vale la pena ni siquiera comentar.

Producción nacional a secas, sólo tiene como garantía democrática la posibilidad de incorporar a más técnicos y profesionales chilenos al campo del trabajo. Por lo demás, lo dice Altamirano —yo lo comparto— *lo chileno es mixto.*

Recuerdo a mi abuela árabe cuando le preguntan en un viaje a España por qué tiene ese acento tan extraño, ¿es Ud. colombiana?. No, dice, yo soy "chalena", de Temuco. *Lo democrático consiste en la manera de su inserción,* en la forma como se vincula, como se relaciona con lo nacional. *Su identidad nacional depende de cómo se vincula con la nación real chilena.* Ella habla como árabe y cuando se identifica lo hace con Chile.

Nadie cree que el tango es chileno. Y es popular y democrático. O a lo menos no es antidemocrático. Y nadie diría que cantarlo, bailarlo o escucharlo es una actitud antipopular o antidemocrática. Y es profundamente extrajerizante. Y ahí está nuestro pueblo cantando o diciendo "che" y hablando en argentino en los clubes de tango que existen en tantos barrios populares. Al final, entonces, el tango está inserto en nuestra nacionalidad.

La llamada "alta cultura", aunque no venda, debe estar presente también en la TV. Uso un



ejemplo, aunque parezca sectario. En realidad, hoy en la Unión Soviética el ballet es cultura de grandes masas y sigue siendo alta cultura en cualquier parte del mundo.

3. Respecto a la programación con las grandes masas, creo que ellas deben ser protagonistas, deben incorporarse al rol de protagonistas. No se trata aquí del concepto de cultura de masas que toca Juan Carlos Altamirano, sino la presencia de grandes masas en la programación, en lo que se refiere a esas grandes mayorías que constituyen este contingente democrático, que se sientan capaces de ejercer un rol protagónico. Aquí hay temas de los que podemos hablar largamente: las luchas diarias del pueblo, sus fiestas, sus funerales, los deportes —el fútbol de los barrios—. En Pudahuel hay 400.000 personas que siguen los destinos de un Club Deportivo desconocido en la TV. que se llama "El Barraca". ¿Cuántas veces han estado presentes en la TV? Nunca. Está presente el fútbol que vende, no el más popular.

Las luchas diarias, la vida social, ¿quién dijo que era legítimo que los medios de comunicación sólo transmitieran vida social en donde aparecen sólo los casamientos de los ricos, de los políticos oficiales o de los grandes propietarios? ¿Y la vida social de nuestro pueblo que tiene una riqueza extraordinaria: sus bautizos, sus matrimonios, su vida en sociedad? Su alimentación. ¿Cuándo han aparecido en TV las ollas comunes? ¿O es que son poco televisivas? ¿O es que su imagen es poco trabajable en términos de la TV? ¿O es que no representan a muchos? En ese sentido la TV es falsa. Sus enfermedades, su arquitectura, sus opiniones están ausentes.

Por último, se debería prohibir, en términos de masa, la agresión brutal de ciertas publicidades ajenas a las grandes mayorías como esa que dice que "una buena mamá se nota porque da leche "Nido" Nestlé a sus hijos". No se puede aceptar tampoco aquella que proclama "Y en Almac la esperamos mamá"—y aparece toda una serie de "chefs"— con variadas carnes a disposición de un pueblo que no tiene ni siquiera acceso a la alimentación. ¿Qué le explicarán las mamás pobres a sus hijos de por qué no van a buscarle

carne al Supermercado "Almac" y por qué no les dan a ellos leche "Nido".

Sólo el protagonismo de masas puede permitirnos el día de mañana defender la democracia, si no la democracia se tiene que defender sólo bajo la coersión administrativa. Y así las grandes masas quedan fuera. Por lo tanto, la democracia desprotegida e indefendible. Por eso la propuesta de hacer protagonistas a las masas. La Programación de la T.V. puede ayudar a ese protagonismo.

4. Finalmente en relación a lo político y lo ideológico. Creo que hay que replantearse esto de las grandes agencias internacionales. Nosotros no podemos consumir la información de quienes han sido colaboradores de la destrucción de la democracia en Chile. Eso es parte de la concepción de la programación democrática.

Sobre los partidos políticos. No basta cuotear; no basta satisfacer la presencia formal de determinados políticos en la TV. Así no se establece una relación fluída con la base. Eso nos puede satisfacer a las dirigencias políticas o a lo mejor a los militantes de los partidos políticos, que se ven así representados, pero en definitiva son los menos, las minorías de lo que constituyen las grandes masas. Es decir, la libertad política no significa simplemente una cuota formal. Allí hay algo que merece mayor elaboración.

En cuanto a los temas, creo que el ideológico-político es uno de los que tiene que ser incorporado en la programación, planteándose, por supuesto, no desde una dimensión exclusivamente teórica, ideológica y política, sino desde una dimensión más cercana a la vida diaria. Por ejemplo, del amor de la desesperanza de la juventud. ¿Cuántas veces se habla en la programación de la TV del drama que tienen las parejas jóvenes que se casan, en le seno del pueblo? ¿Por qué se casan jóvenes, qué pasa, qué vinculación tiene ello con lo ideológico-político? Son temas que tienen profundas raíces y vinculaciones con lo ideológico-político.

Por último, hay que tratar de desarrollar en el país, por medio de la programación de TV, una



*conducta democrática*; esto es un esfuerzo que hay que colocar en los contenidos de la programación de TV.

Chile es un país deformado en base a la información y a la comunicación de masa por 13 años. Yo he dicho que no sé qué va a pasar en el futuro democrático con estas generaciones de estudiantes de enseñanza media, instruidas en base al efecto, es decir, en el sentido de odiar o amar. O adorar una concepción de Patria, de tirano y de gobernante tiránico. Es decir, cómo podemos ser capaces de incorporar estas masas anhelantes de libertad, hastiadas de autoritarismo, muchas veces malformadas en el efecto, en esta idea de sólo el amor y el odio, donde no se trata simplemente de cambiar lo que ayer era amor, pasarlo a odio y que seamos mañana nosotros los violadores de los derechos humanos en Chile.

De manera que podemos hacer programación

para incorporar la idea de la nacionalidad y el afecto.

*Las clases resentidas con el proceso de democratización* en definitiva fueron las que destruyeron el ebozo de la democracia que había antes en la TV chilena. Eso significa que hay una responsabilidad de los conductores políticos que tienen que estar vinculados a las necesidades de su pueblo y no olvidar que para que sea democracia, va a tener que existir realmente un conflicto social del que la TV no puede marginarse.

Conquistar la democracia es hoy día nuestra gran esperanza y nuestra principal tarea. Lo principal: salir de esta dictadura. Conversar desde hoy sobre el futuro democrático nos obliga a conocernos a los distintos demócratas; eso rompe mitos, prejuicios y contribuye a la unidad que Chile necesita hoy para derrotar políticamente a la dictadura y la necesitará mañana para defender lo conquistado.



En primer lugar, me parece que el trabajo presentado por Juan Carlos Altamirano es ciertamente muy valioso. Es un ensayo con muchos aportes e ideas, conceptualizaciones y cuestionamientos de la programación y la producción en TV, de tal manera la maduración de lo expresado aquí va a tardar, pero no hay duda que es un documento importante.

El se ha referido en la parte final al problema de la falta de creatividad de la TV en Chile y lo ha catalogado como un problema real. Esta es una cuestión central. Por ello, deseo referirme a una visión que hay desde dentro de la TV y a una desde fuera de ella, en cuanto a la producción y la programación.

La gente de TV tiene la sensación, e incluso hace una defensa agresiva de su posición, que la TV chilena es una de las mejores de América Latina. Tengo la impresión de que la programación y la producción en Chile no es tan buena como ellos la quieren ver, siendo además bastante estática. El parámetro de comparación con "otras televisiones latinoamericanas", además de ser casi irrelevante, es difícil de confeccionar porque los elementos fundacionales tuvieron caracteres distintos y los objetivos sociales, culturales, políticos y comunicacionales con que se inició la TV en Chile buscaban un claro fortalecimiento y perfeccionamiento del sistema democrático vigente.

Ese es un punto sobre el cual debería reflexionar la gente que está vinculada a la TV y los que desde fuera quieren influir en la programación y producción de una TV chilena para el futuro. Por ello, reitero que el punto de vista de ser la mejor latinoamericana, me parece discutible. Por ejemplo, si observamos el mundo de las noticias televisivas olvidándonos de la manipulación informativa, resulta que la mayoría de los noticieros tienen como eje central una personalidad de TV. Es más importante la señora que lee las informaciones que los contenidos mismos del noticiero. Este es un retroceso, es la negación de la TV, porque la imagen audiovisual pasa a ser una persona que transmite y no el contenido de la información, no el intento de difundir ideas, de emitir mensajes que coloquen a la opinión pública en un mejor estado de conocimiento de los acontecimientos, procesos y fenómenos de índole cultural, político, social, etc.

Además, este problema es mucho más importante hoy por lo que discutimos en los seminarios anteriores y que voy a repetir brevemente. Por el decaimiento de los otros medios de comunicación tradicionales, particularmente la prensa escrita, y porque la gente no dispone de recursos para la adquisición de cada medio, la TV capta un interés mucho más generalizado que el que tiene en otros países, donde la difusión y el desarrollo de los otros medios es mucho más alto y competitivo en comparación con la TV.

---

(\*) Investigador del CED y coordinador del ciclo de seminarios "Nuevas Perspectivas para la Comunicación y la Cultura en Chile".



Además, la actual situación política chilena aumenta o exagera la influencia de la TV. Si uno observa esta etapa, caracterizada por altas tasas de desempleo real permanente, puede entender la enorme audiencia que la TV tiene en esos sectores de la población. Se trata de gente que, permaneciendo obligadamente en sus hogares, no tiene otra fuente de distracción.

A ello hay que agregar la desarticulación del tejido social. La falta de una organización real, libre y plural, de los chilenos, también ayuda a reducir a la persona a su medio cotidiano y este está profundamente influido por la TV.

Tal como ya se señalara en el seminario en el cual abordamos el área de las fuentes de información, la situación se torna crítica. Sobre tal punto existe casi unanimidad nacional, porque la manipulación informativa es grotesca. Tengo a mano un estudio que me acaba de entregar como primicia Diego Portales sobre la TV y la civilidad, a propósito de la jornada del 2 y 3 de julio <sup>1/</sup>. Observando rápidamente el material sobre política nacional difundido por los canales de TV, en la semana del 2 al 6 de junio y del 30 de junio al 4 de julio, nos encontramos que en el Canal 7 en la primera de las señaladas semanas, el 89% de la información provino directamente de fuentes gubernamentales, el 93% en la segunda; en tanto que en Canal 11, el 82 y 83%; y en el Canal 13, el 57% y el 67%, produciéndose un promedio de fuente informativa por los canales del 76% en la primera semana y el 81% en la segunda. Esto quiere decir que el gobierno tiene una presencia muy importante. ¿Qué sucede con el conjunto de opiniones vertidas por la oposición? Tienen en el canal 7, 0% en la primera semana y el 1% en la segunda. El 6% y el 2% en el Canal 11 y el 2% y el 2% —muy estable— en el Canal 13. La Iglesia, que es otro actor estimado, es del 3% en Canal 7 y en el Canal 13, el 11% y el 19%.

Ese es un estudio cuantitativo, pero después viene uno cualitativo que, por ser muy largo no lo puedo examinar aquí, pero muestra una cifra actual de lo que es la programación en relación al

sector informativo de la TV, y cómo afecta directamente al sistema político del país.

La interacción del sector información con el sector "diversión"/publicidad, etc., hace de la programación en TV un problema que excede con mucho la mera propuesta interna o la sola propuesta "técnica". Incluso, cuando uno mira un programa que no es de información, en que está recibiendo prácticamente la información, pero realizado en base a reportajes, lo que ocurre es que se está recibiendo una visión enciclopedista del mundo, muy ideologizada, apartada de realidades fundamentales que al ser omitidas o presentadas de manera altamente distorsionadas, no constituyen información.

Todos hemos visto cómo se nos presenta una visión del mundo occidental que no responde a los valores importantes de él. Presentan un mundo occidental "de cartón". No tengo nada contra Walt Disney, pero Disneyworld, y el EPCOT Center no son las cuestiones fundamentales de la sociedad norteamericana, sin embargo, la demanda por pasajes para viajar allá son importantes. Y no tiene que ver solamente con la atracción producida por sí misma, sino que con un juego de imágenes comunicativas que conduce e influye a largo plazo en la conducta de las personas.

Tanto la programación como la producción de TV tienen gran importancia en el cambio del sistema político, porque no solamente se generan todos los fenómenos que anotara Juan Carlos Altamirano en su documento, sino que además se genera un ambiente interno de creación y de libertad que hoy día no existe. Este es un aspecto cardinal del tema en discusión. Lo han mencionado directa o indirectamente distintas personas en estos seminarios.

No hay duda que los climas opresivos agudizan los ingenios, pero los climas abiertos facilitan y fomentan la creatividad, la búsqueda de la verdad y el desarrollo de las ideas, como un gran engranaje con una capacidad infinita de desarrollo.

---

<sup>1/</sup> — Diego Portales y Pablo Egaña, la TV contra la civilidad, ILET, 1986.



Quiero empezar con una precisión conceptual que no dice relación directa con el tema, pero que se vincula estrechamente con el mismo. Me refiero a la definición de lo que cada uno entiende por democracia, para que una vez que se haya precisado, pueda entrar de lleno al análisis del tema. Para mí ello es bastante definidor pues así se entenderá mejor cómo debe ser el funcionamiento de un sistema de TV en tales condiciones.

#### *Democracia y acceso a la TV*

Entiendo el concepto de *democracia* al tenor de las formas de gobierno o de los sistemas políticos que surgen luego de la Revolución Francesa y que se puede tipificar a través de la existencia en un régimen político de ciertas instituciones jurídicas, formales, que arbitrariamente las clasificaría en seis. Las tres primeras son más estructurales y dicen relación con la necesidad de que haya representación popular, con sistemas de elección, lo que implica competitividad y alternancia en el poder; separación de las funciones del gobierno de las legislativas; separación de poderes, sea éste un sistema parlamentario o presidencial; control jurisdiccional de la legalidad de los actos de las autoridades públicas —particularmente de los gobernantes— dentro de un concepto de Estado de Derecho y bajo la existencia de tribunales independientes. Las otras tres son de carácter sustantivo: consisten en la plena vigencia de

ciertos derechos los cuales, a mi juicio, son los medulares para la democracia y para el tema que nos ocupa: la vigencia del derecho de asociación, tanto respecto de los intereses políticos —léase Partidos—, como de los demás intereses que existen en una sociedad; en seguida, la libertad de expresión como una manera de dar a conocer lo que se piensa, pero al mismo tiempo para permitir el disenso y la expresión de las minorías, particularmente aquéllas que son electivas y competidoras entre sí; y, finalmente, el derecho a la información, tanto en la perspectiva de la transparencia necesaria de los actos de los gobernantes para que efectivamente éstos sean públicos, como del derecho de los ciudadanos a ser informados, por cuanto si se espera una participación, es necesario que ésta sea responsable.

Estimo que un sistema de programación televisiva dentro de una democracia como la descrita sólo puede ser pensado cuando efectivamente se permita y se asegure en ese funcionamiento de la TV la existencia de las libertades y derechos antes mencionados, de forma compatible con las características que tienen la TV desde un punto de vista tecnológico y con las características que tiene ésta como medio. No planteo que la TV vaya a solucionar y resolver todos los problemas, sino que en la medida que los derechos brevemente enunciados y las libertades y estructura fundamental estén debidamente compatibilizados en su existencia,

(\*) Abogado, Profesor de la Escuela de Derecho de la Universidad Católica y Ex-Vicerrector de Comunicaciones de la misma Universidad.



entonces ayudará al afianzamiento de un sistema democrático.

Lo anterior nos lleva a otros asuntos. Uno de ellos es el que se refiere a la necesidad de definir cómo se produce el acceso a la TV. Hay un problema que no es tema de este seminario sino que lo fue de uno del año pasado: el de la propiedad de los medios de TV. Desde mi perspectiva, no es un hecho indiferente del de la programación, porque es obvio que si uno es dueño de una estación de TV tiene las mayores posibilidades de transmitir su pensamiento.

Lo antes dicho nos obliga a repensar la estructura del Canal Nacional, planteando una idea que no es original, pero sí válida y absolutamente necesaria. La TV nacional no puede ser la TV del gobierno, sino del Estado, entendiendo a éste en una noción que en Chile confundimos; porque hablamos del Jefe de Gobierno y del Jefe del Estado como si fueran una misma cosa —cuando formalmente no lo son—. También nos obliga a redefinir el papel de la TV universitaria, incorporando a ella la noción de acceso público y precisando ciertas cosas. La razón por la cual las universidades tienen TV es posiblemente un producto del azar histórico. Sin embargo, eso tiene algunas ventajas, sin perjuicio que debemos desvirtuar la idea de que ella se le entregó a las universidades para que hicieran extensión universitaria, sino que más bien para evitar el lucro privado y cautelar el contenido ético de su programación

Complementario con eso, es necesario, conveniente y sano para un ordenamiento del funcionamiento democrático, así como para garantizar las libertades antes señaladas, la apertura a estos mecanismos en la forma ya señalada de la TV privada o independiente, sea de carácter nacional, regional, en fórmulas asociadas con la TV universitaria o como se quiera plantear de acuerdo a las posibilidades del país. No podemos tener la cantidad de canales que hay en otros países desarrollados por una razón de capacidad económica, así sea el sistema financiado por el Estado, por los avisadores o por un sistema mixto.

### *El problema de los contenidos*

Ahora bien, desde el punto de vista de los contenidos específicos que corresponden a la concepción genérica de la democracia, surgen algunas inquietudes que quisiera desarrollar someramente:

1. En términos generales, lo que busco consiste en exigir que la programación represente los distintos intereses de los telespectadores. Debe ser una programación que conlleve medios y mecanismos que permitan el progreso cualitativo de ellos. Aquí hay observaciones interesantes en el trabajo de Juan Carlos Altamirano, a las cuales me remito.

2. En seguida, debe ser una TV que respete el conjunto de valores que sustentan el ethos social y que particularmente, están enraizados en nuestra cultura patria. El problema cultural ha sido muy mal negociado; tiendo a estar de acuerdo en muchas líneas sugeridas por el trabajo. Hay una deformación en la palabra "cultura" tal cual la manejamos en los sectores de élite social donde la cultura está identificada con ciertos valores tradicionales, históricos, con las altas manifestaciones del espíritu y quizás una telenovela bien planteada puede ser tan o más cultural que una ópera o un ballet. Todo va a depender de los valores que esté representando, de la concepción cultural que tengamos. En general, la cultura es un modo de ser, un modo de desarrollar las cosas, un modo de aproximarse que refleja algún valor o que aspira a la realización de algún valor y, por lo tanto, puede ser eso una expresión de los mismos.

Este planteamiento debe orientar la programación en sus diversos sentidos ya que pone en combinación varios elementos en juego que, me parece, deben ser considerados.

En una primera línea, como concepto rector, está la necesidad de la *variedad*. Los intereses son múltiples en una sociedad plural y, por lo tanto, hay que darle espacio y lugar a ellos. Eso es una necesidad vital y creo compartir el enfoque no enciclopédico propuesto por Juan Carlos Altamirano. En una misma manifestación pueden



concurrir diversas manifestaciones y eso lo hemos podido apreciar en muchos programas que han existido en nuestra TV o que hemos podido traer de afuera.

Por otra parte, está el fenómeno de la *competencia*, como un estímulo a la creatividad y a la superación. Aquí hay mucha mistificación respecto al problema de la competencia. De inmediato esta noción sugiere la mercantilización y por ende el materialismo o el consumismo, entonces todo toma un cariz negativo. Hay una opinión al respecto que se recoge en el trabajo, muy sintomática, que dice: "aquí ya no se piensa, porque estamos en competencia". Yo diría que cuando se tiene que competir, caramba que hay que pensar, hacer esfuerzos, por vencer sus propias limitaciones y ofrecer un mejor producto o algo que realmente llegue a más gente.

En la línea de los valores se ha dicho bastante sobre la necesidad de enaltecer en forma simple los valores patrios y recoger simultáneamente los valores de la cultura universal. Existen "cosas" que al final tienen una unidad de raíz fundamental. De allí que hay manifestaciones que —por mucho que Beethoven no haya nacido en Chile ni tenga mucho que ver con la cultura chilena, —en sí expresa ciertos valores con los cuales las personas tienen mayor o menor proximidad, por razones de sensibilidad y no de raza o nacionalidad, que deben fomentar de modo creativo.

#### *Comentario sobre otros aspectos "claves"*

Estas consideraciones, como muchas de las que he hecho sobre la TV, nos llevan a un segundo punto de análisis que me parece necesario destacar. Es mucho más fácil formular estos cuestionamientos desde fuera de la TV. Realizarlos, en cambio, es más difícil y ello no es sólo un problema de estructuras. Ello afecta a diversas áreas o temáticas de la TV chilena.

Diría, inicialmente, que al fin de cuentas el problema de la programación es un problema de la calidad del medio y supongo que a eso muchas veces se refieren los productores y programadores de la TV chilena que, a pesar de todo, han desarrollado una buena calidad productiva. Pero hay otro factor que se debe tener presente al

emitir juicios o evaluaciones acerca de la labor televisiva. Se trata de una cuestión también válida en otros ámbitos, como el político, y que es extensible a todas las manifestaciones humanas. Y me estoy refiriendo a la prudencia.

La prudencia —al decir de Tomás de Aquino— es una virtud superior a la justicia. Eso es para muchos un contraste o algo difícil de aceptar, porque la justicia es más fácil de lograr. Es más precisa; en ciertos niveles, la justicia se aproxima a la igualdad matemática. En cambio la prudencia no. ¿Qué es lo que conviene hacer? ¿En qué estamos pensando? ¿Cómo respetamos mejor los valores patrios? ¿Cuándo estamos afectándolos o no? ¿Hasta dónde conviene hacer esto o lo otro? Juan Carlos Altamirano sugería, por ejemplo, que no debería haber más de un cierto porcentaje de programación extranjera. ¿Quién puede decir con precisión cuánto y, a la vez, tener siempre la razón?

Yo no creo que sea garantía de la calidad de la TV la producción nacional. Es un problema de buen criterio y —de nuevo— de prudencia, lo que es difícil de prever y más aún de ordenar, porque dice relación con el talento de las personas o con el hecho de que ellas estén en el lugar adecuado. Por la misma razón, no todo los males o todas las virtudes pueden ser adjudicados necesariamente a un régimen jurídico o político determinado, sino que han de investigarse históricamente.

Existe otro aspecto que quisiera tocar. Me refiero al problema del "*rating*", elemento que, con todos los defectos y limitaciones que tiene, refleja en cierto modo lo que la gente quiere. Estoy de acuerdo en que la manera de medir la teleaudiencia es a través de métodos efectivamente muy pobres. Cuando hablo de *rating*, me estoy refiriendo a opinión de la gente y ésa, estimo, se puede medir. Hay sistemas de encuestas, sistemas de sondeos de opinión que van logrando captarla. Creo que es importante tenerla presente, porque la pregunta es: "¿Queremos en verdad satisfacer al público o sólo darse el gusto aquellos que tienen o manejan la programación de TV? Por la dificultad de precisar el *rating*, creo que una garantía para asegurar el respeto por los intereses de los telespectadores lo encontramos en la variedad de alternativas que se



le ofrezcan a ellos y ésta se va a dar no cuando la TV esté en manos del Estado o de un sistema restringido como el que tenemos hoy día, porque no es siempre sinónimo de garantía ni de libertad.

En otra perspectiva, está también el fenómeno de la *innovación*. Es un problema serio y la manera como lo ha planteado Juan Carlos Altamirano es muy realista.

La innovación tiene que estar sujeta al juicio público. No solamente el problema de los hábitos por la dificultad de vencer la inercia de un programa. Recuerdo algunas innovaciones que se hizo en Canal 13 en los años 69-70 a través de un Departamento que se llamaba DECOA que, como experiencia fue muy innovadora, pero como resultado fue mala, porque el país no estaba preparado para una TV de ese tipo. No quiero decir que los programas eran malos en sí mismos, pero tuvieron un muy mal resultado, porque la innovación no fue adecuada a los tiempos.

En esa misma relación hay que tener mucho cuidado con la sugerencia de temas. Esa es una tentación que todos tenemos. En el documento de Juan Carlos Altamirano se hacían sugerencias con las cuales estoy en desacuerdo: por ejemplo, la necesidad de información sobre el tiempo. Esa es una deformación porque vivió muchos años en Inglaterra. Aquí en Chile nos preocupa poco el problema del tiempo y las informaciones sobre el

tránsito no son relevantes por mucho que lo parezcan.

De otra parte, creo que tiene que cambiar la estructura de la TV y ello tiene estrecha relación con el problema de la producción. Hasta hoy la TV chilena ha sido autárquica, esto es, genera todo lo que hace, salvo lo que viene de afuera, pero no se da lugar realmente en ella a productores independientes. Crecientemente, se ha desarrollado la producción por grupos privados y ésta puede ser otra manera también de incentivar y abrir. Par mí, que una Tv sea democrática significa que sea libre, abierta, dispersa, que cada uno tenga la posibilidad no solamente de ver lo que quiere, sino también de producir programas alternativos en la medida de los recursos, talentos y vocaciones.

Respecto a la búsqueda de calidad, hay que tener en cuenta ciertas cosas. La TV es un medio masivo lo que implica hablar de cientos de miles de personas. Cuando un programa tiene mala sintonía, igual tiene miles de seguidores. Y para hacer programas que lleguen a tanta gente, desgraciadamente, hay que buscar aquello que le resulte común a ellos. En ese sentido, hay una sobresimplificación respecto de este problema. Estimo que los mayores niveles de escolaridad que el país va a ir logrando con el tiempo, incidirán en una mayor selectividad y en una mayor capacidad de discriminar del auditor, contribuyendo a que lo singular sea más generalizado.



Hablo sobre el tema de la TV a partir de mi condición de modesto televidente con algunas inquietudes y responsabilidades políticas.

Cuando hablo de televidente, haría una precisión al respecto, en el sentido de que en las condiciones del Chile actual yo me siento como una suerte de televidente "en huelga". Y cuando lo digo no estoy asumiendo la pedantería intelectual que considera nefasta la TV "*per se*"; muy por el contrario, soy de las personas que piensan que acostarse temprano va a ver TV es un gran panorama. Sin embargo, esta opción, dadas las condiciones de la TV chilena, es bastante frustrante en la medida que la posibilidad de ser agredido no solamente por el carácter parcial en que se transmiten las noticias, sino que por el conjunto de la programación, es extremadamente alta. O sea, la única forma de ver TV en Chile es teniendo la posibilidad de seleccionar con antelación, con lo cual se pierde el carácter espontáneo del servicio.

Comparto enteramente la crítica que hace Juan Carlos Altamirano a esta idea un tanto vaga de afirmación de la identidad nacional. Ha sido reconocido por todos el hecho de que la identidad nacional es esencialmente heterogénea y, por lo tanto, resulta difícil el definir un principio estricto que respete esta "identidad nacional".

Comparto también enteramente la idea de rescatar una noción amplia de servicio público. Creo igualmente en la idea de direccionalidad, en

el sentido que haya una interrelación entre las personas que emiten mensajes y las personas a las cuales esos mensajes están destinados. También creo muy importante la necesidad de superar el corte o separación entre una TV con vocación educativa, con lo que uno pudiera considerar propiamente entretenido. Pienso que no tiene ningún sentido tener un tipo de TV donde el telespectador cada vez que encienda al receptor tenga la sensación de que está volviendo al colegio. En verdad, no es ése un buen modelo de TV y desde ese punto de vista, al hacer una TV de ese tipo se le hace un flaco favor a la cultura, a la educación.

A ese respecto, quiero señalar un par de ejemplos de algo que conozco relativamente de cerca, como televidente de la TV francesa, que me parecen relevantes. Dentro de los programas de mayor sintonía en los últimos tiempos, uno fue una gran emisión que se hizo sobre la crisis económica internacional, tema en principio extremadamente árido. Incluso en las discusiones previas al montaje de ese programa, mucha gente hizo ver que era una inversión que no tenía mucho sentido en la medida que el tema era de especialistas y que iban a ser pocos los interesados en ese programa. Sorpresa. Los resultados desde el punto de vista de sintonía nacional fueron espectaculares. De la misma manera cito el caso de un programa que se da todos los viernes en la TV francesa. Se trata de una emisión literaria, en donde se discuten las novedades editoriales recientes. Se invita a los autores y constituye uno de los programas de mayor sintonía.

---

(\*) Economista. Trabaja en la Academia de Humanismo Cristiano y en CEPAL.



Ahí tenemos ejemplos de cómo lo entretenido resulta posible de ser compatibilizado con un tipo de programación que aporte en el plano cultural y educativo. Dicho esto, quisiera referirme muy brevemente a tres temas muy importantes del trabajo de Juan Carlos Altamirano.

El primero concierne a los grandes principios que deberían orientar a un sistema de TV democrático y ahí creo que quizás una buena manera de entrar en el problema es la de oponer dos tipos de concepciones. Una que la vincularía con el problema del "deber ser" que conduce derechamente a un tipo de TV normativo y otra, es una idea en donde lo que se pone por delante es simplemente el "ser": tratar de utilizar a la TV para presentar cómo las cosas son sin tener un a priori en el sentido de incorporarle un "deber ser" de tal o cual naturaleza, lo que conduce a un sistema de TV abierto. Me inscribo en la segunda alternativa. Tan importante en un sistema democrático es el respeto de la opinión de las mayorías como el respeto de los derechos de las minorías. Desde ese punto de vista, toda idea de sistema de TV informado por un principio del "deber ser", por una concepción normativa rígida, estimo agrede el derecho de las minorías que me parece es consustancial a un sistema democrático.

Cuando uno dice TV "abierta", se está refiriendo a por lo menos dos tipos de apertura. Por un lado, apertura a todo lo que dice relación con la diversidad nacional. Es importante que la TV logre transmitir una visión real del país, que recupere sus grandezas, pero a su vez también miserias. Una TV que refleje los grandes problemas de la sociedad, los grandes debates, que interesan a los ciudadanos, pero también los debates y los problemas más pequeños que quizás no interesan al conjunto de los habitantes del país, pero sí pueden interesar a sectores significativos.

Igualmente importante es que la TV pueda ser una vanguardia social en el sentido de poder enfrentar la alta dosis de "temas" que existen hoy en la sociedad chilena sin ignorarlos porque supuestamente estarían ofendiendo las buenas costumbres y un cierto tipo de moral con el cual por lo menos yo no tengo estrictamente nada que ver y creo que muchas personas de este país tampoco.

De la misma manera es muy importante que a través de la TV se rompan una cantidad de "monopolios" que se expresan en el hecho de que solamente la persona A ó B está calificada para hablar sobre determinados problemas; en consecuencia, otra cantidad de personas que tienen tanta o más competencia para hablar sobre los mismos temas, se ven imposibilitadas para hacerlo, con lo que se genera la problemática de la incorporación y proyección de las nuevas generaciones hacia los distintos ámbitos de actividad en la sociedad. Por eso es que me parece muy importante dentro del rescate de la diversidad nacional, el poder garantizar a través de los mecanismos que sean pertinentes, el acceso de las distintas asociaciones culturales, deportivas, etc. a la programación televisiva.

Esta idea de la apertura a la diversidad nacional también debe complementarse con una idea de apertura hacia el mundo. Es importante que seamos capaces de situarnos respecto a lo que somos en el mundo, que entendamos que no es que los otros países estén lejos de nosotros, sino que más bien nosotros estamos lejos del mundo. Por ahí va la condición para romper el provincianismo en el cual vivimos y que en las condiciones concretas de la dictadura ha significado vivir en una gran ignorancia. Es así como, con asombro de pronto uno se encuentre con personas que hacen grandes discursos acerca de la decadencia de los valores occidentales, la decadencia europea, la decadencia moral norteamericana, en consecuencia que los problemas a los cuales estamos enfrentados en este país son de una envergadura moral que no tienen estrictamente ningún punto de comparación con lo que está pasando realmente en los países efectivamente civilizados.

De ahí entonces que crea muy importante también esta idea de apertura frente al mundo como componente muy significativo de lo que deberá ser una cultura democrática en Chile.

Otra referencia muy rápida, se refiere a lo que podríamos llamar programación política contingente. La TV debe ser un espacio significativo de debate público; es importante, sin embargo, advertir sobre la posibilidad de la saturación de la programación con el debate político, tendencia



que probablemente se va a presentar con mucha fuerza a la hora de la democracia. El hecho de que la actividad política civil haya sido proscrita durante largos 13 años va a ejercer una presión muy fuerte por parte de los políticos, los partidos, para pedir acceso a la TV. Es importante que eso sea así, pero sujeto a ciertas reglamentaciones estrictas y precisas, de forma tal de no saturar a la población con debates políticos que son interesantes, pero que debieran ser sólo una parte dentro del conjunto de actividades y dimensiones que debiera contemplar una buena programación.

También puede ser muy importante para el Chile democrático que se rescaten otras facetas de los partidos y de los propios dirigentes políticos. El hecho de que haya mediante la TV la posibilidad de conocer lo que es la vida personal de los dirigentes políticos puede ser un elemento bastante significativo para contribuir a la mayor transparencia de tal actividad y de los distintos personeros políticos. Del mismo modo, es importante organi-

zar un sistema que permita una confrontación periódica de las autoridades de gobierno con la población a través de la TV, evitando así lo que es una tendencia natural por parte de las autoridades en el sentido de abusar de la posibilidad de acceso a la TV.

Termino con un punto muy corto. Es importante también pensar en establecer mecanismos de control sobre la TV, dada su importancia nacional. Contar por ejemplo, con algún tipo de prensa especializada sobre la TV que pudiera estar periódicamente emitiendo juicios respecto de las cosas que se hacen en la TV y, a su vez, también pensar —y aquí retomo una idea que se desarrolló en Francia— en un Consejo de la TV constituido por personalidades fuera de toda sospecha desde el punto de vista de su capacidad de neutralidad, de imparcialidad, constituyendo una suerte de alta autoridad llamada a supervigilar las actividades concretas que se realizan en los distintos canales de TV.



## IV FORO PANEL “LOS DESAFIOS DE LAS FUNCIONES Y GENEROS TELEVISIVOS”



## TV y educación

Ya se dijo aquí que la TV debe cumplir supuestamente tres roles, que son los de informar, educar y entretener. Sin embargo, los tiempos que se dedican a cada uno de ellos son diferentes, predominando la entretención. Junto con ello es reconocido que detrás de cada programa de entretención, como de cualquier tipo de programa de TV, hay una educación. Toda TV educa, independientemente de que se lo proponga o no. Y ello es así porque detrás de cada programa, aunque sea de entretención, hay valores, actitudes, creencias y conductas a ser imitadas.

El término educación más restringido, más tradicional de qué es lo que se entiende por educación, se la asimila a la formal que tradicionalmente ha estado entregada y bajo la responsabilidad del Ministerio de Educación. En TV hasta la fecha se ha entendido por programa educativo aquel relacionado con TELEDUC. Por supuesto que el término da para muchas acepciones y cada uno seguramente tiene aquí una visión distinta de cómo debiera enfocarse y entenderse este problema del rol educativo de la TV.

Sin embargo, me parece que hay una situación tremendamente importante de destacar al respecto. Primero porque hay un enorme vacío en todo el esfuerzo educativo general, no sólo de los que se han hecho a través de la TV, sino que particularmente del sistema educacional formal.

Es así como estamos, desde siempre, acostumbrados a entender por educación formal la que *sólo* entrega una cantidad de nociones, habilidades o destrezas que permitan al individuo adquirir conocimientos desde los más elementales, hasta los más sofisticados, pero no enseña a vivir. El desarrollo social y emocional no se toma en cuenta para nada. Sólo interesa el desarrollo cognitivo del niño y del joven. De allí surge mi interés por compartir con Uds. esta inquietud, que desde el punto de vista de la salud mental, provoca evidentemente un riesgo.

Si uno revisa las características de los contenidos educacionales de la enseñanza preescolar y escolar, encuentra un enorme vacío en el desarrollo del aspecto social y emocional del niño. Existen —es cierto—, declaraciones de principios que destacan la importancia que tiene el desarrollar la parte emocional y social del individuo, pero en la práctica no pasan de ser declaraciones líricas y románticas. Todo el contenido de la educación está centrada en el desarrollo de habilidades que desarrollan el área intelectual del sujeto. En TELEDUC por ejemplo, se tiende a reproducir el mismo esquema, reforzando conocimientos que están dados por el sistema educacional. En esto consiste, a grandes rasgos, el esfuerzo que se ha hecho en TV con respecto a su función educativa.

Una vez más, se cae en el mismo esquema o error de sobresimplificar la educación y por ende

---

(\*) Psiquiatra infantil. Autor de varios estudios sobre la TV.



de reducir al ser humano a sólo un aspecto de su psiquis. Uds. saben, el cerebro tiene dos hemisferios: el derecho y el izquierdo, que con el avance de los conocimientos se sabe que tienen funciones bastantes distintas. Así, el hemisferio izquierdo es el racional, analítico, el que decodifica el lenguaje escrito, el que está haciendo permanentemente análisis crítico.

En cambio el hemisferio derecho se ocupa de lo emocional: es el intuitivo, el que va a la Gestalt; no descompone las partes, sino que toma las cosas en su conjunto y tiene que ver fundamentalmente con la afectividad del sujeto.

Pareciera ser, si uno ve los contenidos educacionales, que el interés está dado sólo para que se desarrolle el hemisferio izquierdo. Esto no es por casualidad. Creo que estamos en una cultura donde se privilegia todo lo que es intelectual, en franco detrimento de lo que es emocional y social. Se establece una dicotomía entre lo intelectual y lo emocional, pero no se logra integrar que el cerebro humano está compuesto por dos hemisferios, ocupando cada uno de ellos aspectos importantes.

Incluso en las teorías psicológicas, a mí me ha llamado mucho la atención esta dicotomía. La teoría de Piaget, por ejemplo, desmenuza y analiza cómo es el desarrollo cognoscitivo en el sujeto, pero no se refiere para nada a lo que es el desarrollo emocional. La teoría de Freud, por el contrario, pone todo el énfasis en lo que es el desarrollo de la afectividad y no toca el aspecto intelectual.

No se ha llegado a un desarrollo integral, teórico por lo menos, del comportamiento humano. Pero en nuestra sociedad el privilegio está dado al desarrollo intelectual: se valoriza fuertemente lo intelectual, en detrimento del otro aspecto; incluso en el quehacer habitual, cuando una persona se muestra demasiado expresiva en sus sentimientos, se tiende a calificarlo como "de niño chico" por no ser capaz de controlar sus emociones. Se dice que una persona es "madura" emocionalmente, cuando es capaz de controlar sus emociones. De alguna manera estamos muy imbuídos de este fenómeno, y el sistema educacional no hace más que reforzarlo a través

de la mecánica de premios, de notas en que se fomenta el individualismo y la competencia.

Si miramos qué está pasando en la sociedad actual, podemos constatar que si bien es cierto que existe un gran avance en lo científico y técnico, paralelamente eso ha tenido un costo muy alto, por la deshumanización que ha tenido tal avance. Y esto nos está generando una serie de problemas para la salud mental, porque indudablemente no es una frase catastrofista afirmar que "si seguimos como vamos, nos autoeliminaremos". Y ello será por la contaminación del aire y del agua, entre otras cosas. Si Uds. me preguntan por qué el hombre ha estado en el centro del desarrollo científico, yo tendría serias dudas para responder. Indudablemente que hay un desbalance entre lo que es concebir el progreso de la humanidad en términos solamente tecnológicos, olvidándose de que el ser humano lo que más está necesitando en este momento es otra cosa. Si uno piensa cuál es la característica de la sociedad en que estamos viviendo, se puede decir que es el odio, la agresividad, la violencia, y el terrorismo de todos los colores ideológicos existentes. Por ello tal fenómeno nos angustia.

De alguna manera se debe rescatar la idea de que el ser humano es más que el desarrollo intelectual, más que el desarrollo de habilidades y destrezas, (que es como hasta ahora se ha concebido la educación). Se debe rescatar una idea y visión más integral del ser humano. La solidaridad, el amor al prójimo, reconocer sentimientos y expresarlos; no sólo no se enseña sino que se nos enseña a reprimirlos.

Otro gran vacío del sistema educacional es que nadie nos enseña nunca a ser padres ni a ser pareja. No nos debiera extrañar entonces que la familia esté en crisis.

Con el actual sistema educacional, el futuro del niño queda librado a la improvisación. En cambio, durante 12 años nos obligan a memorizar una serie de conocimientos absolutamente irrelevantes para vivir.

A mí por lo menos se me olvidó el 90% de las cosas que aprendí en el colegio, pero jamás nadie nos dijo qué era un niño en desarrollo, cuáles eran



las necesidades psicológicas, las características conductuales de un niño de 3 años, de un escolar, de un adolescente o cómo es la psicología masculina y femenina. Sin embargo, igual nos embarcamos en la relación de pareja y en la compleja tarea de ser padres. Así es cómo terminan las cosas y así es como estamos viendo las tasas de divorcio y separaciones crecientes en todas partes del mundo y el aumento de los problemas de salud mental.

Insisto: la parte emocional y la expresividad de

sentimientos no sólo no es incentivada, sino que se nos enseña a inhibirlas. Por la gravedad que ello implica, me atrevo a decir que cualquier esfuerzo que se haga para compensar este déficit educacional —y en ese sentido los medios de comunicación no pueden estar ajenos a una empresa de tal naturaleza— redundará en un mejoramiento de la calidad de vida, en definitiva en una mejoría de los estilos de vida. En todo esto, en la enseñanza y presentación de un ser humano integral, la TV educativa debe jugar un papel fundamental.



## La expresividad artística y la TV

Quiero iniciar mi intervención felicitando a Juan Carlos Altamirano por su trabajo, pero igualmente deseo rebatirle de entrada un párrafo en el que señala:

“Si bien en todo sistema democrático existe el legítimo derecho a cuestionar, tiene que darse un balance entre aquellos programas que cuestionan las normas y valores sociales y aquéllos que los refuerzan. Es decir, junto con reforzar las tradiciones y costumbres culturales e históricas, es necesario también la innovación, la creatividad y el desarrollo del sentido crítico de todo pensamiento libre. Más aún, si bien reconocemos que los códigos sociales sobre lo que es correcto o incorrecto pueden ser relativos, esto no implica que los programadores y realizadores puedan desconocer la existencia de lo correcto y lo incorrecto, de lo moral y lo inmoral, de la verdad y la mentira. La censura es, pues, algo legítimo y necesario”.

Siento que la censura es la enemiga principal de la expresión artística. Sostener que en la futura democracia la censura será legítima y necesaria, reenfoca toda la discusión sobre la expresividad artística. Por ejemplo, en el teatro chileno no ha habido censura de ningún tipo en el sentido de una normativa o consejo que se encargue de ello específicamente. El único ejemplo que recuerdo es que en este régimen se censuró en un teatro de

la UC “Lo crudo, lo cocido y lo podrido” y debió darse fuera de la Universidad. Si a los artistas del teatro no ha habido nunca necesidad de censurarlos, ¿por qué con la TV? En plástica, en música, en ballet, en ópera, acaso hay censura? La radio en Chile nunca requirió normativa alguna de censura y se desarrolló muy bien junto con la sociedad desde sus comienzos. Sólo ahora en el proyecto de ley sobre radio y TV se proponen fuertes castigos para aquellas emisoras que trasgredan las normas que la ley fija.

En cine, el llamado Consejo de Calificación Cinematográfica ejerce lo más parecido a la censura que hay en las expresiones audiovisuales, pero sólo puede prohibir, nunca cortar o reducir una obra.

En literatura, este régimen implantó como desde hace mucho tiempo no se hacía, la censura previa a las publicaciones.

Los artistas chilenos, junto con luchar por la democracia, deberán proponer al conjunto de la sociedad que su verdadero espacio de creación es la libertad, y la TV como medio masivo de comunicaciones necesita de manera urgente liberarse de su propio egocentrismo.

La madrastra de la Bella Durmiente envenenó a la joven para que su espejo respondiera que ella

---

(\*) Cineasta, dramaturgo y profesor de dramaturgia en la Escuela de Teatro de la Universidad Católica de Chile.



y sólo ella era la más hermosa del reino. Así, ahora la programación televisiva repite una y otra vez imágenes de sí misma para hacernos creer que ésta es nuestra figura. Los chilenos dormimos bellamente mientras nos miramos en la pantalla. Sólo vemos estereotipos y repeticiones infinitas de las mismas caras, las mismas canciones, las mismas declaraciones de alegría, los mismos argumentos. De tal manera que la democratización de la TV o, mejor dicho, su liberación, pasa necesariamente por la incorporación cada vez mayor de artistas populares, cultos o académicos en la realización de sus programas. Porque la TV que en verdad refleje las virtudes y defectos de nuestra sociedad será la que más nos permitirá vernos tal cual somos y así poder transformar la realidad que nos tocó vivir. Esa ha sido la labor de artistas y comunicadores desde que el hombre pintó en las cuevas de Altamira. La TV liberada o democratizada podrá mostrarnos en un futuro no lejano una reflexión dramática de los 13, 16 ó 25 últimos años que nos ha tocado vivir. ¿Será posible que veamos teleteatros, telenovelas, documentales dramatizados u otros formatos donde nos veamos haciendo colas, desfilando, sin trabajo, arrestados, intervenidos, bailando, enriqueciéndonos, consumiendo, exiliados, muertos, triunfantes, en retiro, exonerados o cualquiera de esos verbos de fines de siglo? porque el verbo es acción y el drama también lo es. Las comedias y tragedias de estos años debieran ser el principal alimento de la futura TV. Esperamos que el drama sirva para desempañar el espejo y así la Bella Durmiente pueda despertar de su letargo.

Es difícil pensar que los actuales directivos de los canales de TV por propia voluntad cambien las cosas. Parece más realista, asimismo, esperar que el movimiento se inicie en las universidades y sus canales de TV que en el canal estatal. En este último medio lo más probable es que haya que esperar al cambio del régimen. Pero en las universidades de Chile, Católica de Santiago, Católica de Valparaíso y red de la Universidad del Norte es imperioso impulsar la mayor incorporación de sus respectivos académicos en las programaciones para que, junto con los técnicos en TV, se definan y realicen los programas. Y no estamos pensando en academizar las imágenes ni ir a filmar a las salas de clases,

sino tan sólo devolver a los universitarios el manejo de sus propios medios de expresión, es decir, que se universalicen los canales de TV, así como también ocurrirá, esperamos, con su investigación y su docencia.

Universalizar un canal universitario -cuestión que parece paradójal- supone extender horizontal y verticalmente los criterios de selección y creación de programas realizados en Chile y en el extranjero. Ganaremos en amplitud horizontal, porque los criterios de regulación o calificación no dependerán de la personalidad o estado de ánimo de 2 o 3 ejecutivos sino del interés de las universidades por fomentar todas las expresiones descritas. Ganaremos en el sentido vertical, porque se abordarán los temas y argumentos con profundidad y extensión. A través de la universidad se podrá implementar el aporte de miles de creadores independientes que hoy, estando fuera y avalados por ella, tendrán cabida con sus películas, programas y expresiones artísticas.

En los tres canales universitarios que se ven en Santiago hay pequeños ejemplos de la participación o criterio universitario en la creación y realización de programas televisivos. Son algunos ciclos de programas científicos del canal de la Universidad de Chile, un constante esfuerzo del Canal de UC de Valparaíso, pero que por falta de recursos no siempre tiene una acertada comunicación y por último TELEDUC del Canal de la UC.

Todos estos casos, sin demercedlos en su contenido, más bien parecen pequeñas concesiones que los canales hacen para mantenerse en armonía con las actuales autoridades designadas en las respectivas universidades, que una verdadera incorporación de los canales al quehacer universitario. Sobre ellos sigue pesando la necesidad del autofinanciamiento que los convierte en canales comerciales con más o menos eficiencia, según su administración.

Por lo tanto, para los ejecutivos de esos canales un programa no es un portavoz de expresividad, de arte o entretención, sino un producto audiovisual valorable en el mercado publicitario.



Finalmente baste decir, aunque parezca un simplismo, universidad y libertad deben ser sinónimos y por lo tanto una TV liberada y una universidad en democracia permitirá que en ella

se expresen todos los sectores, lugares, pensamientos, situaciones, todas las diversidades de un país que, a pesar de nosotros seguiría existiendo en el siglo 21.



## PERIODISMO EN TV

Quienes me han precedido en el uso de la palabra han manifestado que no son especialistas en el tema que han comentado. Y la verdad es que yo tengo que decir lo mismo, porque, como Uds. podrán imaginarse, es prácticamente imposible para un periodista de oposición trabajar actualmente en la TV. De modo que, si bien yo he hecho periodismo audio-visual en "Teleanálisis", no he trabajado en un canal de TV. Pero, en todo caso, no haber ejercido algo, no parece ser en estos tiempos un obstáculo para hablar de ello. De hecho, si Hernán Larraín hace algunos momentos pudo hablar de democracia, por qué yo no voy a poder decir un par de cosas sobre el periodismo en TV.

Para tratar de aportar algunas reflexiones sobre lo que esperamos que sea el periodismo en TV en el futuro, necesariamente tenemos que partir de lo que actualmente existe. Para no deprimir a nadie, no voy a hacer un diagnóstico sobre los noticiarios, por lo demás, nuestros hábitos televisivos nos obligan a verlos cada día y esta lamentable oportunidad nos debiera bastar para tener claro el panorama. En síntesis, este se caracteriza por una TV en la que hay ausencia de pluralismo; por la discriminación y exclusión de distintos actores sociales, políticos y culturales; por la desinformación y la manipulación; por el desprecio ya no sólo de la aspiración a la objetividad sino por el olvido de las más

elementales normas éticas que convierte al periodismo en un profesión decente; etc.

En suma, podemos constatar que actualmente en la TV hay ausencia de las imágenes del país real. Lo que a cambio se nos muestra es un país de utilería, una especie de Festival de la Una en el rubro noticioso, construido al gusto del régimen, del dictador y de sus fantasías de grandeza.

El periodismo en TV hoy día está marcado esencialmente por la ausencia de pluralismo, por la discriminación, por la exclusión de los distintos actores sociales, políticos y culturales, por la manipulación, por la carencia de objetividad, etc...

En suma, se podría decir que actualmente hay una ausencia en la TV de las imágenes del país real, es decir, el país real no está representado. Lo que se ve es un país de utilería y, obviamente, muy al gusto del régimen y del dictador.

Desde cierto punto de vista, hoy los noticiarios de TV son fundamentalmente un ejercicio de propaganda encubierta bajo el formato periodístico en donde aparecen periodistas, grabadoras, conferencias de prensa, etc. y todas las cosas que dicen relación con la forma del periodismo, pero que si se miran con cierta distancia y en el tiempo, uno puede concluir que lo que existe es fundamentalmente una labor de propaganda.

---

(\*) Periodista, Director de "Teleanálisis" y de cine documental en ICTUS-TV.



Sin embargo, hay algunas aspiraciones concensuales mínimas. El estudio de Juan Carlos Altamirano da cuenta de buena parte de ellas y me parece interesante enunciar algunas de ellas. En primer lugar, existe consenso básico en que la TV dé cuenta del país real tal cual es; que se exprese el pluralismo y la diversidad de actores sociales. Una TV que dé cuenta tanto de los conflictos de la sociedad como de los consensos. Aquellos consensos que tiene la nación con el régimen democrático o con las relaciones del juego común que se tendrían que establecer, como también de las alternativas y proyectos políticos y sociales específicos que se den al interior de ese régimen.

En definitiva, hay un consenso básico en estimar que no necesitamos más propaganda encubierta, sino que periodismo en el sentido de una práctica de indagación, de búsqueda, de reconstrucción de este país disperso.

Si bien es cierto que existe un consenso grande en estas aspiraciones comunes mínimas, el problema es cómo conseguir que la TV futura dé cuenta de estas aspiraciones. Generalmente los Departamentos de Prensa de la TV se convierten en campos de batalla en donde la lógica es la exterminación o la derrota de un sector por sobre otro. El periodismo que se haga en TV va a depender fuertemente de la institucionalidad televisiva que se logre construir.

En este sentido, me parece muy importante considerar que mucha de la fuerza de los procesos sociales y políticos produce la debilidad de las instituciones y de las normas comunes, por lo tanto aparece como imprescindible y necesaria una institucionalidad televisiva fuerte, democrática, que cuente con la adhesión de los distintos actores que tendrán que ver con ella. En este punto discrepo en parte con el trabajo de Juan Carlos Altamirano, pues él le atribuyo demasiada responsabilidad a lo que los periodistas vayan a hacer en los Departamentos de Prensa; por el contrario, creo que los periodistas actúan dentro de un marco, dentro de una orientación, dentro de una lógica determinada y, por lo tanto, me parece que el periodismo en una TV democrática no lo va a determinar tanto los periodistas, sino que fundamentalmente la institucionalidad televisiva.

La construcción de esta institucionalidad

televisiva implica definir cuál es la relación entre la TV y el país o entre la TV y la sociedad civil. Implica, por lo tanto, responder cómo la TV se inserta en el país y viceversa. Lo anterior supone —entre otras cosas— definir lo que se llama las estructuras de acceso y de representatividad en la TV, es decir, la TV ¿va a estar manejada por las personas que hacen TV, por los auspiciadores, o por quienes la financian? también habrán algunas estructuras de acceso, de manera de que las organizaciones sociales, políticas y culturales tengan que jugar un rol en la definición de las características, normas y funciones que cumple la TV.

A mi juicio, en la definición de la relación TV/sociedad civil el punto fundamental es: si la TV debe ser definida por una lógica de difusión verticalista o en base a una práctica de interlocución entre ella y la sociedad civil. Aquí se han hecho varias referencias al rating, como uno de los mecanismos de interlocución entre el público y la TV. Sin embargo, si bien el rating o número de televidentes puede cumplir algunas funciones, no es un mecanismo de interlocución democrático entre los espectadores y la TV. Al telespectador no se le pregunta cómo le gustaría que fuera la TV o qué programas desearía ver, o qué objetivos le asignan a la TV. Al telespectador se le pregunta: “de lo que nosotros decidimos ponerle, qué le gusta”, “qué está viendo en este momento: el 13, el 11 o el 7”. Por lo tanto, tal mecanismo es absolutamente limitado como medio de interlocución entre la sociedad civil y la TV.

La interlocución debe ir más por la vía del carácter reflexivo. Por lo tanto, en ese plano, la sociedad civil es activa en la definición de las características, normas y funciones de la TV. Debe ser una sociedad civil activa que en ese sentido y en ese plano se convierte en emisora, ya que emite sus opiniones y tiene un rol protagónico que jugar en la definición de la TV. Y receptora, a nivel de los programas y los productos que en concreto expresen esa orientación general que se le asigne a la TV.

Por lo tanto, el periodismo que se haga en TV va a estar reflejado por la existencia o no de esta interlocución. Si no existe, seguramente los Departamentos de Prensa de TV se van a convertir en los caballos de batalla de los gobiernos de



turno o de determinados grupos políticos que tengan alguna hegemonía al interior de los canales y, por lo tanto, la misión será de corto plazo; será extraordinariamente coyuntural. Por lo tanto, estarán allí respondiendo fundamentalmente a intereses de proyectos determinados, que son muy específicos, pero no podrá estar presente la lógica que mire la TV en relación al país.

El rol y la práctica periodística dentro de la TV va a estar determinada por este conjunto de factores que tienen que ver con la institucionalidad democrática. En la medida que la democracia sea fuerte, mayor podrá ser la autonomía de los periodistas en relación a los diversos tipos de presiones políticas. Es decir, no podemos dejar las cosas al azar o pensar que los Departamentos de prensa dependerán de la buena o mala voluntad de los periodistas o que éstos vayan a ser imparciales e independientes. Es imposible pedirles esto. Pero sí es posible construir una institucionalidad, un marco, una orientación al interior de la cual se expresen las diversidades, las perspectivas contrapuestas y los puntos de vista distintos en los Departamentos de Prensa.

Sin embargo, esta perspectiva de una TV democrática, si bien puede ser imparcial —como muy bien lo afirma Juan Carlos Altamirano en su trabajo— no puede ser neutra. Es decir, una TV democrática debe asumir valores, perspectivas, derechos, ciertas lógicas en el desarrollo de la práctica televisiva. No es la misma lógica periodística si está en función de la transformación de la sociedad en la perspectiva de la justicia, de la liberación, a si se la aplica en función de la mantención de ciertos centros de poder. Mientras más fuerte sea la institucionalidad, más posibilidades de escapar al peligro de tener Departamentos de prensa militarizados en función de una sola perspectiva, de una sola visión de la sociedad. Por lo tanto, es al interior del proceso donde podrán expresarse la diversidad de actores, de géneros, de formatos, en una práctica periodística que tampoco caiga en ir detrás de las coyunturas políticas, sino que sea un periodismo televisivo que pueda dar cuenta también de los procesos, siendo expresión de la clase política, como también de los diversos grupos sociales y culturales existentes en esta sociedad.







