



UNIVERSIDAD DE CHILE
Instituto de la Comunicación e Imagen
Escuela de Periodismo

CULTURA Y TVN EN EL SEXENIO DE RICARDO LAGOS
ESCOBAR

Memoria de título conducente al grado de Periodista

Javier Paredes Godoy

Profesor guía: Eduardo Santa Cruz Achurra

Santiago, Chile
2011

ÍNDICE

INTRODUCCION

De lo que sí se trata esta investigación.....	4
---	---

CAPITULO 1

Palabras de entrada.....	9
Cultura: definiciones, objetivaciones y desarrollo en Chile.....	10
La política pública.....	11
Gobiernos civiles y políticas civilizatorias (primeros pasos).....	13
Democratización de la cultura y rescate de “lo propio”.....	13
La labor de Ricardo Lagos y consolidación de la política cultural (segundos pasos).....	14
Creación del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.....	17
Síntesis de una reflexión: “Chile quiere...”.....	19
TV y Cultura.....	21

CAPITULO 2

Mirada desde Chile y América Latina hacia la TV: identidades.....	24
Hogar, ritmos de vida y estados situacionales.....	28
Familia, moral y percepciones.....	32
Cultura “de masas”, “ilustrada” y “negocio”.....	35

CAPITULO 3

Modelos de TV Pública y el caso de la BBC.....	40
Una aproximación a TVN.....	47
TVN y el modelo de Servicio Público.....	50
Orientaciones Programáticas de TVN 1997, síntesis de un período.....	55
Criterios ejecutivos: visibilización de una ofensiva.....	62

CAPITULO 4

Conclusiones.....	67
-------------------	----

INTRODUCCION

De lo que sí se trata esta investigación

La investigación que a continuación se expondrá, responde a la pregunta sobre si existe un nexo inteligible entre la política cultural de los Gobiernos Civiles (Concertación) y las orientaciones programáticas desplegadas por TVN durante el período presidencial de Ricardo Lagos.

Se ha examinado la misma Política Cultural propuesta por los Gobiernos pertinentes como marco de comprensión, dando cuenta de dos momentos visibles en el recorrido editorial de TVN, uno más propio de la transición hasta 1997, fundado en el equilibrio y el empate pluralista (de las visiones de la clase política) y, después de esas fechas, adquiriendo una madurez organizacional, industrial y asumiendo un carácter más “ofensivo” de propuesta, coherente con el diseño de una política cultural que ostentaba un carácter similar (es decir, de una porción específica de esa clase política, pero hecha política de Estado).

Se ha tomado un tramo de tiempo que cuenta con suficientes elementos como para asumir que es de los más significativos a la hora de hablar del establecimiento de un modo reflexivo de “construir” una cultura, lo que significa tanto intencionalidad como recepción. Este es el *período* presidencial de Ricardo Lagos Escobar (2000-2005) en el que aterrizan, entre otras cuestiones, las Fiestas de la Cultura, se conforma un Ministerio/Consejo de la Cultura y las Artes¹ con la respectiva consolidación de una masa crítica que venía, a su vez, de distintas iniciativas tanto del mundo público como del privado, se “abre” La Casa de la Moneda, se establece un Día de la Cultura, etc².

¹ 4 de junio de 2003, <http://www.consejodelacultura.cl>

² Además, indica el ministerio, “Algunos de los instrumentos de nuestra política de fomento de la creación son el Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y las Artes, el Consejo Nacional del Libro, El Consejo de Fomento de la Música Nacional y el Consejo del Arte y la Industria Audiovisual”; <http://www.consejodelacultura.cl>

De este período (en términos blandos, es decir, acudiendo a discusiones y documentos de los alrededores del tramo señalado) se ha tomado la reflexión que se dio tanto dentro como fuera del canal estatal sobre su propia regulación e institucionalidad práctica, pero siempre desde una franja de intelectuales que ha intervenido en la toma de decisiones pertinentes. Su intención ha sido dar cuenta de los criterios profundos que en TVN han orientado la programación y establecer cuál es el nivel de coherencia que se observa con la política cultural de Gobierno y, sobre todo, de Estado.

Porque, que la cultura se haya vuelto objeto de política pública es un fenómeno relativamente nuevo para Chile y no cuenta con más de veinticinco años.

Su transformación en objeto de política pública se observa desde el comienzo de la década de los noventa³, contando con sus primeras experiencias durante el régimen militar (anularla en el modo en el que se había abordado hasta entonces y trasladarla con distintos niveles de reflexividad a la exaltación de elementos nacionales institucionales o institucionalizantes, como la Cueca y el Himno Nacional; y, como primeros atisbos de “globalización” e inserción en este modo de entender el mundo, el desarrollo del Festival Internacional de la Canción de Viña del Mar). Esto, en circunstancias que a fines de los años sesenta y comienzos de los setenta, la cultura se había vuelto una suerte de refugio ante el avance de la cultura capitalista en general y estadounidense en particular; entonces el rescate de la “cultura nacional-popular” era un espacio de resistencia política contra el avance de las fuerzas del capital internacional⁴.

En cambio, al volverse objeto de política pública, se presume un nivel de comprensión de parte de la clase política sobre el fenómeno sucedido en las décadas anteriores que

³ GARRETÓN, Manuel Antonio; “Las políticas culturales en los gobiernos democráticos en Chile”. *Políticas Culturales na Ibero-América*. Salvador, Editorial EDUFBA. 2008.

⁴ “Es en el ámbito académico y de formación universitaria... donde se producirá la reacción opositora a la difusión del enfoque funcionalista. Allí se crearon las condiciones para la emergencia del posteriormente llamado enfoque crítico... que se hará predominante... a fines de los sesenta... El marco teórico global que hará posible lo anterior, es el surgimiento en esa década de la Teoría de la Dependencia, como respuesta crítica y alternativa al desarrollismo...⁴”; Santa Cruz, Eduardo; “Estudios de Comunicación en América Latina: acerca de causas y azares”; Centro de Investigaciones Sociales, Universidad Arcis; 1997.

indica que hay un nicho para “hacer política” y avanzar en el “lento aserruchar de tablas” que significa la instalación e institucionalización del clivaje, que da sentido a un momento histórico (dictadura-democracia para la Concertación) y que, por tanto, define la disputa política, sus ganadores y sus perdedores.

Entonces, se cruzan dos fenómenos: (a) la política de institucionalizar una cultura en torno a una visión de una disputa concreta para un momento concreto y (b) la consolidación de una industria cultural, en particular la consolidación de la TV en Chile. Cómo se produce este maridaje, novedoso para nuestra historia, parece fundamental para la comprensión del período postdictadura.

Esta investigación se propuso, entonces, demostrar que hay una coherencia entre la política cultural delineada por el bloque de gobierno y la orientación programática de TVN durante el sexenio de Ricardo Lagos Escobar.

En específico, describe los elementos estructurantes de la política cultural de los gobiernos post-dictadura; da cuenta de cierto “estado del arte” sobre la discusión sobre la TV en Chile, en el período especificado; describe cuál es el rol que desde la intelectualidad concertacionista se asigna a TVN; describe los criterios estructurantes de la política editorial y de programación desplegada por TVN; y da cuenta del carácter de “modelo” que hay en el modo de funcionamiento de TVN

Esto se enmarca, entonces, en un “nuevo” ejercicio de memoria, pertinente para las generaciones formadas en períodos no muy estudiados todavía de la cultura de masas chilena. Esta generación podría ser la última criada y formada bajo el alero de la cultura de masas, dados algunos vaticinios académicos sobre su fin en pos de aquella cultura que emerge desde las nuevas Tecnologías de la Información y el Conocimiento (TICs) y la TV Digital⁵, por lo que su comprensión resulta fundamental.

TVN es una viga maestra de la construcción simbólica en un período de marcada cultura de masas, devenida de una consolidación de una industria cultural. Este

⁵ ANDERSON, Chris; “La Economía del *Long Tail*”.

espacio ha sido ocupado de modo más inteligente que sólo instrumentalmente por quienes diseñan y ejecutan su ejercicio, es decir, más que para posicionar ciertos “contenidos”⁶. Y eso hace más relevante la pregunta por la totalidad de su propuesta, que la restrictiva pregunta sobre “qué se dice”. La impresión con la que comenzó esta investigación es que existe un nexo inteligible entre el diseño de TVN y la política cultural de gobierno.

Esta hipótesis no se halló en el aire, sino que guió en un comienzo por luces concretas que apuntan en la misma línea. Eugenio Tironi, doctor en sociología, encargado de contenidos para la “Campaña del No”, Director de Comunicaciones del Gobierno de Patricio Aylwin, miembro del Consejo Asesor Presidencial del Bicentenario actualmente, etc.; es decir, un actor relevante en la toma de decisiones de asuntos relativos al diseño comunicacional del gobierno y, en específico, de la relación TVN-Gobierno, ha indicado que, contrario a lo que se suele asumir, la máxima “la mejor política comunicacional es no tener política comunicacional” no es de su haber y mucho menos descriptiva de la política comunicacional asumida por el Gobierno de entonces. Lo que sí indicó es: “...me he tenido que hacer cargo de ella... (la frase) se refería a mi negativa a caer en la propaganda del gobierno y utilizar con ese fin a TVN, y mi preferencia por tener un relato claro y socializado dentro del gobierno de la época, y difundirlo hacia la opinión pública a través del sistema de medios mediante la vocería de todos los agentes gubernamentales. ¿Donde lo dije? En una entrevista en el Diario Financiero a Fernando Villegas –quien seguramente es el verdadero autor de la frase”⁷.

Lo relevante es: los contenidos “contingentes”, serán hablados desde las vocerías del Gobierno. El espacio por llenar que queda para TVN en una dimensión cultural es la del largo plazo, en donde su sitio corporativo indica:

“Nuestra misión: “Reflejar a Chile en toda su diversidad, contribuir a fortalecer su identidad nacional, y conectar a los chilenos en todo momento y lugar”

⁶ La referencia es al desplazamiento de la idea funcionalista de la pasividad del receptor y se apunta a que, al menos, existe un intento de superación de esa idea.

⁷ TIRONI B., Eugenio; <http://www.etebe.cl/2009/07/cinismo-y-altruismo> visitada en julio de 2009.

Tres ideas principales se desprenden de nuestra declaración de misión y sirven de guía para nuestros actos:

Reflejar a Chile en toda su diversidad: indica de forma clara e inequívoca que nuestros contenidos, programación y conductas deben estar orientados a representar en forma pluralista las realidades presentes en cada rincón de nuestro país.

Fortalecer la identidad nacional: indica que nuestros actos deben estar impulsados por el deseo y el objetivo de promover el sentido de unidad y pertenencia a la nación chilena.

Conectar a los chilenos en todo momento y lugar: enfatiza como uno de nuestros objetivos centrales la necesidad, como empresa, de asegurar que todos los chilenos a lo largo de nuestro territorio nacional, y también aquellos que viven en el exterior, puedan acceder a nuestros contenidos y programación, de esta manera, estar conectados con Chile⁸.

Se ha considerado pertinente una revisión bibliográfica de las reflexiones y documentos internos de TVN en el período señalado, la reflexión sobre el rol que debía jugar según la intelectualidad orgánica de la Concertación o la convocada por el Gobierno, sobre el rol general de la TV y su relación con la cultura, ciertas nociones de ejecutivos responsables de la programación de otros canales de televisión abierta nacional y el recorrido de la política cultural que Chile ha tenido en la post-dictadura en general, pero con énfasis en el período de Ricardo Lagos.

Es pertinente enfatizar también que se interrogará bibliográficamente, sobre todo, a personas que han jugado un rol en esta discusión, cuyas opiniones pueden o han tenido impacto en la toma de decisiones, esto, a consideración de esta investigación, permitirá una visión más nítida del panorama, sin obstáculos metodológicos.

⁸ <http://www.tvn.cl/corporativo/2009/mision.html>

CAPÍTULO 1

Palabras de entrada

Se ha instalado como sentido común crítico chileno que la década de los noventa fue una década de consolidación y administración de un modelo económico, de trabas al despliegue de una política democrática, de enclaves autoritarios, de exclusión popular, de una cerrazón estatal a medios de comunicación ajenos al duopolio Mercurio-Copesa, una década de endeudamiento, de créditos bancarios, de consumo, de DICOM, etc.

Mucho, o todo ello es cierto. Sin embargo, la normalización del discurso que intentó ubicarse por fuera, crítico o, incluso, contrario al poder formal, dejó pocos espacios a la posibilidad de comprender qué fue lo propio del ciclo que se abrió esa década. Ha habido muchos esfuerzos intelectuales para intentar realizar esta síntesis, la de identificar las continuidades del régimen militar y las novedades que aportaron los mismos gobiernos civiles para renovar ese impulso. Sin embargo, la comprensión del período está lejos de estar acabada.

En este trabajo se abordará una de las aristas de lo último. Algo específicamente nuevo, propio de los gobiernos civiles: las políticas culturales. En particular, cuál es la correlación entre la proclama del ex presidente Ricardo Lagos de hacer de “la cultura el eje de Gobierno” al quehacer cotidiano de Televisión Nacional para el mismo período.

Y es que en toda Latinoamérica la década de los noventa fue la del advenimiento de la cultura como objeto de política pública, según explica Manuel Antonio Garretón, sociólogo y politólogo formado en la Pontificia Universidad Católica, Doctorado en Ciencias Sociales en l'Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales, Paris y actualmente académico de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Chile.

También fue la década del replanteamiento de la labor del canal estatal, tiempo en el que consolidó un modelo de televisión “de servicio público” a partir, también, de la intervención de una serie de intelectuales y técnicos. Se planteó un híbrido entre la televisión pública y la televisión comercial, dejándola en una situación de carácter novedoso tanto para el concierto latinoamericano como para el global, de autonomía financiera, dirección estatal encarnada en un directorio negociado entre las coaliciones políticas que conducen el país y con un director nombrado por el Presidente de la República, ratificado por el Senado. Es decir, compite por *rating* para conseguir avisaje, pero intenta ofrecer una parrilla que cumpla con la función de informar, educar y entretener.

¿Existe una conjunción entre la política cultural propuesta y ejecutada por el gobierno de Ricardo Lagos y lo hecho en el período por TVN? Sí y no. No hay una utilización ni mecánica ni propagandista, pero tampoco corre por un carril distinto.

La investigación comenzará revisando una definición sobre lo que hay un poco más atrás: la cultura.

Cultura, definiciones, objetivaciones y desarrollo en Chile

James Lull, profesor emérito del Departamento de Medios de Comunicación de la San José State University en California, Estados Unidos, dice que “usamos el término cultura fácilmente, porque entendemos qué significa: vivimos en Chile, somos chilenos, entendemos más o menos nuestra historia, entendemos nuestra lengua, la historia política, la religión y formamos un colectivo”, de este modo, la cultura chilena adquiere tal condición en la medida en que es “dominante, colectiva, no voluntaria, lenta, con un sentido de seguridad, cerrada, con normas sociales, más o menos corriente, que forma comunidad y es pública”⁹.

⁹ LULL, James. “Nuevas Conceptualizaciones”. *Televisión y Cultura, una relación posible*. Santiago, Ediciones LOM. 2007. p. 112.

Garretón señala que hay dos dimensiones para comprender el concepto de cultura y que, a partir de ellas, emergen dos tipos de política cultural. La primera coincide con lo que señala Lull, “se refiere a la cultura como los modos de ser de una sociedad; sus visiones del pasado, del presente y futuro; la elaboración de diversos sentidos comunes sobre el tiempo, la naturaleza, la trascendencia y las formas de convivencia; los modelos éticos, de conocimiento, lenguajes, comunicación y transmisión de la herencia cultural; la cuestión de la identidad nacional y de la diversidad cultural o identidades”¹⁰. Esta dimensión, entonces, constituye el “sustrato cultural” de la política pública o “política cultural básica”, cuestión que muchas veces, como insiste Garretón, no es explícita.

La segunda dimensión es más concreta y abarca a las “manifestaciones, aparatos y expresiones culturales” en el concepto de Garretón. Caben aquí “el patrimonio, los diversos campos de creación y difusión artística..., las formas de cultura popular” y las que se refieren más a lo relacionado con la televisión: las comunicaciones y las industrias culturales. Para estos casos, se hablará de “políticas culturales sectoriales o específicas” o simplemente “políticas culturales”¹¹. Cuando se hable de “política cultural” de un Estado o Gobierno sin más, se hablará de ambas dimensiones.

La política pública

En definitiva, dice Garretón, las políticas culturales son el “conjunto de actividades e iniciativas de una comunidad, dirigidas a satisfacer necesidades culturales, desarrollar el ámbito expresivo-simbólico y generar perspectivas compartidas de la vida social”¹². Pero este fenómeno es más bien de corta data en lo referido a la participación del Estado, aún cuando siempre haya habido.

Lo que sucede es que la cultura, una dimensión que “atraviesa el conjunto de la vida social”, se ha vuelto un “campo específico de acción”, con su propia autonomía. Es

¹⁰ GARRETÓN, Manuel. *Op. Cit.* p. 77.

¹¹ *Ibid.*

¹² *Ibid.* p. 75

decir, ya no se asume como se asumía antes, como una “perspectiva” que se incorporaba a las otras políticas sectoriales o que se incorpora al sector educacional. De ahí que Garretón afirme que “la década del noventa fue la década de la legitimación e institucionalización de las políticas culturales en América Latina”¹³.

El filósofo francés contemporáneo, Jean-Marc Ferry, señala que en las sociedades actuales, globalizadas, se ha configurado un “espacio público social”, que es el “medio en el cual la humanidad se entrega a sí misma como espectáculo”; “no es sólo el lugar de comunicación de cada sociedad *consigo misma* sino también, y quizás ante todo, el lugar de una comunicación de las sociedades distintas *entre sí*”¹⁴.

Al mismo tiempo, este espacio se ha ensanchado de tal modo los últimos años que “se puede entender como un medio privilegiado para la formación de una identidad colectiva” a través de la apropiación de la historia, de cómo se relata e interpreta el pasado desde el presente. Además, este espacio “se relaciona con la escenificación y temificación de episodios hasta hace poco relativamente ‘privados’ de la intimidad profesional, familiar o conyugal... a tal punto... que los que forman el público se cuidaran mucho de abordarlos en el seno mismo de la esfera de la intimidad familiar”¹⁵.

De este modo, la política de Gobierno y de Estado en materia cultural básica, distintas en términos de su tiempo de vigencia (la primera es propia de un gobierno y la segunda, lo excede), aquella que abarca “el debate y elaboración sobre el pasado, las proyecciones del país hacia el futuro y sobre los temas valóricos; las conexiones entre política cultural, educacional, científico y tecnológica; la inserción del país en el mundo; la reflexión, debate y acción sobre la información y comunicación; el desarrollo, protección y proyección nacional de las culturas de los pueblos originarios y de las identidades regionales, locales, etarias y de género”¹⁶ según Garretón, se juega su

¹³ *Ibid.*

¹⁴ FERRY, Jean Marc. “Las transformaciones de la publicidad política”. *El nuevo espacio público*. Barcelona, Editorial Gedisa. 2008. p. 20

¹⁵ *Ibid.*

¹⁶ GARRETÓN, Manuel. *Op. cit.* p. 77.

posibilidad en el “espacio público social” que señala Ferry. La televisión asume un rol fundamental dentro de esta mediación.

Gobiernos civiles y políticas civilizatorias (primeros pasos)

Si bien los tres primeros gobiernos sucesivos que tuvo la Concertación de Partidos por la Democracia tuvieron una política cultural, esta no fue siempre explícita, según consigna Garretón. Recién Ricardo Lagos y Michelle Bachelet formularon algo explícito luego de la creación del Consejo de la Cultura y las Artes, espacio cuyo presidente adquiere rango de ministro de cultura según el ordenamiento del poder ejecutivo en Chile.

Antes de volverse explícita, la política cultural asumió dos grandes direcciones...

“Democratización” de la Cultura y rescate de “lo propio”

En primer lugar, la dirección que decía relación con la “democratización de la cultura”. Ella asumía, por un lado, “eliminar los residuos más destacados” de lo realizado por el régimen militar en esta materia. Por otro, “responder a la naturaleza de un proceso de democratización política en el campo de la cultura”, es decir, aquello que dice relación con eliminar la censura, ampliar las libertades, etc. Estas nuevas posibilidades habrían sido la turbina que encendió la luz después del “apagón cultural”¹⁷.

Este último concepto, el sociólogo lo explica a partir de que “todas las actividades en este campo, quedaban regidas por el doble componente autoritario-represivo en lo político-cultural y neoliberal en lo socio-económico”¹⁸. De ahí viene el aumento de los recursos destinados al ámbito, la ocupación y fortalecimiento de los órganos estatales creados por el mismo régimen militar, la promoción de cierto discurso que se amparaba en el pluralismo, etc.

¹⁷ *Ibid* p. 88.

¹⁸ *Ibid*.

Dice el autor que “más allá del referente negativo del régimen militar, las características propias del tipo de democratización política vivido por el país plantearon, además, en el plano cultural dos grandes cuestiones: la promoción de temas y valores que pudieran considerarse parte de una cultura democrática en desarrollo y la generación de condiciones para el acceso masivo y equitativo a los bienes y servicios culturales”¹⁹.

Agrega que esto se observa principalmente en iniciativas relativas al recuperación de un entendimiento cívico, a la justicia en materia de derechos humanos, etc. Pero en lo propiamente cultural “se buscó sobrepasar lo que se llamaba una visión elitista de la cultura relegada sólo a algunos grupos selectos para ir a una creación y, sobre todo, difusión masiva de ella creando mayores oportunidades de acceso a los sectores de menor nivel socio-económico: concursos y encuentros abiertos, festivales, esfuerzos de regionalización y descentralización de tales actividades, programas culturales barriales, los Cabildos Culturales, Fiestas de la Cultura, creación de grandes centros culturales, aperturas de Museos y Bibliotecas que se convierten también en centros culturales etc.”²⁰

La segunda dirección que menciona el sociólogo se refiere a “la valoración de lo específico y propio de la cultura y la intervención activa en el desarrollo cultural”²¹. Y hace la analogía con la década del sesenta, cuando se autonomiza de la economía el desarrollo científico-tecnológico y es objeto de preocupación explícita en aquello que Eduardo Santa Cruz consigna en su trabajo como la “difusión de innovaciones”²².

La labor de Ricardo Lagos y consolidación de la política cultural (segundos pasos)

Entonces, de lo que se trataba en una etapa de madurez ya no era de hacer del campo cultural algo adecuado a la transición a la democracia, sino que de incorporar la idea

¹⁹ *Ibid* p. 89.

²⁰ *Ibid*.

²¹ *Ibid*.

²² SANTA CRUZ, Eduardo. Op. cit. p. 6.

de desarrollo cultural como un fin en sí mismo no reductible ni al desarrollo político ni tampoco al económico

La Concertación actuó en tres grandes ámbitos en materia cultural: (a) “la generación de instancias y financiamiento específicos para la cultura”; (b) “el apoyo a las actividades culturales y fomento a la creación”; y (c) “la democratización de la cultura respecto a las libertades y el acceso masivo a ella”²³.

El entonces presidente Ricardo Lagos presentó en mayo de 2000 el primer documento que representaba una formulación explícita de una política cultural de gobierno. Y, luego, crearía el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.

Este último, se creaba a partir de una indicación al proyecto de ley que en 1998 creaba una Dirección Nacional de Cultura con su respectivo Fondo Nacional de Desarrollo Cultural. En particular, a la ampliación de las líneas de asignación de recursos y a la sustitución de la figura de la dirección por “una figura institucional más abierta, participativa y flexible, que se aviene mejor con la naturaleza de los temas de cultura, arte y patrimonio: un Consejo Nacional de Cultura”²⁴.

Su presidente contaría con rango ministerial y estaría organizado en consejos regionales, con “representantes de la sociedad civil y, en particular, de las distintas áreas de la creación artística, del patrimonio cultural, de las industrias culturales, de la gestión cultural privada; de la educación y de las culturas de nuestros pueblos originarios”²⁵.

Los principios, objetivos y líneas de acción, de ese documento de mayo del año 2000, que fue base de lo que se realizó posteriormente, dice Garretón, intentan unir las dimensiones de la cultura que se han mencionado:

²³ GARRETÓN, Manuel. Op. cit. p. 89

²⁴ LAGOS, Ricardo. Discurso de firma del proyecto de ley que creaba el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. 2000. http://www.culturachile.cl/documentos/palabras_pdte.php, revisado el 23 de septiembre de 2010.

²⁵ *Ibid.*

“Entre los principios se señalan los de autonomía de la sociedad, presencia y papel facilitador del Estado, libertad de creación, valoración y respeto de la diversidad, afirmación y proyección de la identidad, educación de la sensibilidad, resguardo, difusión y conservación del patrimonio cultural, igualdad de acceso al arte, los bienes culturales y al uso de las tecnologías, descentralización²⁶”.

“Entre los objetivos de la política cultural del gobierno...se enuncian: ampliar espacios de libertad, recuperar espacios públicos, expandir la actividad artística y cultural, desarrollar las industrias y patrimonio culturales, reconocer la diversidad y aumentar la conciencia de ella, fomento del pluralismo, colaborar a una práctica más activa de la tolerancia, estimular la creación y difusión de cultura de los pueblos originarios, generar un equilibrio de cooperación entre libertad de las personas, mercado y Estado en el campo cultural, mejorar las condiciones para el ejercicio de la libertad, perfeccionar la institucionalidad cultural y aumentar los recursos, incrementar el intercambio con el resto de las naciones²⁷”.

Entre las líneas de acción, planteaba el “apoyo a las leyes en marcha especialmente la del cine a partir de la Plataforma Audio-Visual, aumento de fondos para Fondo del Consejo Nacional de Televisión y debate sobre Bases para reforma de ley de Televisión, nueva institucionalidad y mejoramiento de la situación institucional del Fondart dentro de ella, duplicar los recursos de éste en tres años y destinar el 30% para los creadores más jóvenes²⁸”. Cuestión que no se cumplió a cabalidad, pero dan cuenta de un marco de preocupación por la relación entre la TV y la cultura.

Luego de que se instalara el Consejo de la Cultura y las Artes, a fines del período presidencial de Lagos, se lanzó el documento “Chile quiere más cultura. Definiciones de política cultural 2005-2010”. Esto sucedió después de una serie de encuentros y convenciones del mundo artístico que, un año antes, sintetizó sus propuestas de

²⁶ GARRETÓN, Manuel. *Op. cit.* p. 90.

²⁷ *Ibid.*

²⁸ *Ibid.*

acentos culturales en el documento “Chile quiere más cultura”. Este documento contaba, entre otros, con la proposición de “mejorar la calidad de los medios de comunicación y su relación con la cultura; y apoyar a las industrias culturales”²⁹.

Creación del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes

El día que Ricardo Lagos Escobar firmaba el proyecto de ley que creaba el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, un consejo cuyo presidente tendría rango ministerial, declamó ante artistas y autoridades públicas que “una política cultural es algo tan necesario como delicado para un gobierno que como el nuestro entiende que la cultura no es un aderezo del desarrollo del país, sino un componente indispensable del propio desarrollo”³⁰.

Lagos decía que este esfuerzo era posible “simplemente, porque otros, durante la década pasada, habían preparado el camino para ello a través de distintas iniciativas encaminadas a reflexionar sobre la situación de la cultura en nuestro país”. Y agregaba reconocimientos más específicos: “¿Cómo no recordar ahora, y también agradecer, el trabajo que en 1991 efectuó la Comisión de Cultura que instalamos en el Ministerio de Educación y que presidió Manuel Antonio Garretón? ¿Cómo no recordar también, y agradecer también, a quienes se reunieron en 1996 en la Cámara de Diputados para llevar adelante un Encuentro sobre Políticas Públicas, Legislación y Propuestas Culturales? ¿Cómo no recordar, en fin, el trabajo de la Comisión Presidencial de la Cultura que en 1997 presidió Milán Ivelic y que estuvo integrada por destacadas personalidades del ámbito cultural y político?”³¹.

En la ocasión, se acusaba el carácter “fragmentario y disperso” que tenía la institucionalidad cultural, porque había “multiplicidad de organismos” y ellos “tienen dependencias de diferentes ministerios. Todo lo cual, dificulta la acción de esos

²⁹ *Ibid.* p. 91.

³⁰ LAGOS, Ricardo. *Loc. cit.*

³¹ *Ibid.*

organismos y trae consigo riesgos evidentes de descoordinación y hasta duplicación de esfuerzos e iniciativas”³².

La lógica que se intentaba establecer en términos del Estado, en sus propias palabras, se dirigía a superar los dos “extremos inaceptables: el dirigismo cultural del estado y el ausentismo cultural del Estado”. ¿Cuál era la propuesta entonces?: “Presencia... Y presencia activa, porque es mucho lo que el Estado puede y debe hacer en este sentido, tanto a nivel de políticas como de instituciones, recursos, infraestructura y gestión al servicio de la participación cultural, la creación artística y la conservación, incremento y difusión del patrimonio cultural de la nación”³³.

Este diseño institucional nuevo, se enmarcaba en un proceso de modernización del Estado más amplio, que contemplaba en la lectura del propio Gobierno, hacerlo “más eficiente, consultar la participación ciudadana en forma institucionalizada, fortalecer la regionalización y lograr un adecuado tamaño del Estado a las características del desarrollo actual y futuro del país”³⁴.

El impulso de Lagos implicaba una visión de totalidad, en la que hacía converger la labor de distintos ministerios. De ahí nacieron los buses culturales, la contemplación de espacios comunes en la política habitacional básica, etc.

Y el móvil político-ideológico, se refería a que “en un mundo crecientemente globalizado sólo subsistirán con genuina identidad aquellas naciones que sean capaces de aumentar su espesor cultural. Las demás, las que no consigan esa mayor densidad cultural, se confundirán unas con otras y serán probablemente víctimas de la hegemonía cultural de las naciones más poderosas”³⁵.

³² *Ibid.*

³³ *Ibid.*

³⁴ *Ibid.*

³⁵ *Ibid.*

Síntesis de una reflexión: “Chile quiere...”

El último año de gobierno de Ricardo Lagos Escobar, el CNCA elaboró el primer documento que intentaba perfilar una política explícita ya no de gobierno, sino que de Estado. Este documento repasaba varios de los elementos aquí ya expuestos en términos de orientaciones, objetivos, diagnósticos, etc.

Sin embargo, en relación a su proceso, se montaba sobre la participación de los trece Consejos Regionales y Comités Consultivos que formaban parte de la institucionalidad cultural elaborada años antes, a la vez que del proceso de la “Convención de Cultura” realizada en agosto de 2004 en Valparaíso, con la presencia activa de más de cien participantes de esta nueva institucionalidad.

El documento presentaba orientaciones y objetivos concretos a conseguir hacia el año 2010 y su elaboración fue encabezado por el ministro del CNCA de entonces, José Weinstein, por el Directorio Nacional, constituido por José Balmes; el entonces ministro de educación, Sergio Bitar (Representado por Clara Budnik); el filósofo Humberto Giannini; Enrique López; Arturo Navarro; Drina Rendic; Agustín Squella; Santiago Schuster; la futura ministra CNCA, Paulina Urrutia; el entonces Canciller, Ignacio Walker, (Representado por Emilio Lamarca); el Subdirector Consejo Nacional de la Cultura y las Artes Patricio Vilaplana. Finalmente, su redacción fue coordinada por Ricardo Brodsky y la académica de la Universidad de Chile, Bárbara Negrón.

Una de las novedades que se presentaba allí a modo de síntesis, era la preocupación sobre “¿Cómo consolidar y potenciar nuestras industrias culturales?, ¿Cómo mejorar la calidad cultural de la televisión chilena?” preocupación expresada en el mismo dato que ofrece el CNCA y que se refiere a que “entre el año 92 y el 2005 el monto destinado a fondos concursables de cultura ha pasado de los 750 millones a los 7.688 millones de pesos”³⁶.

³⁶ GOBIERNO DE CHILE. *Chile quiere más cultura: definiciones de política cultural 2005-2010*. 2005. p. 5.

Llama la atención, en esta línea, la definición de los “nuevos acentos” que la política cultural proponía: “mejorar la calidad de los medios de comunicación y su relación con la cultura” y “apoyar con decisión a las industrias culturales” que, a su vez, tenía el antecedente de que en noviembre de 2004, la ley 19.981 “creó el Consejo del Arte y la Industria Audiovisual y el Fondo de Fomento del Audiovisual, dotado de 1.224 millones de pesos”³⁷.

Por ello, se proponía “impulsar las siguientes medidas principales: promover la calidad de la televisión chilena, duplicando la programación cultural obligatoria en horario prime (de una a dos horas semanales), multiplicando los fondos concursables en la perspectiva de llegar al 3% del avisaje, y fortaleciendo el liderazgo del Consejo Nacional de Televisión (CNTV) para la implementación de las nuevas tecnologías digitales que marcarán el futuro de la televisión”³⁸.

A nivel de objetivos, se pretendía, entre otros, “preservar, enriquecer y difundir el patrimonio cultural del país”, entendido este como el “conjunto de bienes materiales, inmateriales y naturales que forman parte de prácticas sociales, a los que –por un acto de voluntad explícita– se les atribuyen valores a ser transmitidos de una época a otra, o de una generación a las siguientes”³⁹.

Este concepto, según la misma definición de la política, comprende “las formas de expresión, los modos de vivir y crear, las creaciones científicas, artísticas y tecnológicas, las obras y expresiones religiosas, los objetos, documentos y demás artefactos producto de manifestaciones artístico-culturales, las edificaciones y los conjuntos urbanos y sitios de valor histórico, paisajístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico y científico”⁴⁰.

Destaca, además, el objetivo de “reconocer y proteger la diversidad cultural de Chile, potenciando la participación cultural de los distintos grupos que conforman la nación y

³⁷ *Ibid.* p. 8.

³⁸ *Ibid.* p. 21.

³⁹ *Ibid.* p. 24.

⁴⁰ *Ibid.*

fomentando la expresión de sus prácticas culturales”, a partir del reconocimiento del “carácter multicultural de nuestra sociedad”⁴¹.

“La Nación chilena contiene en su seno diferentes etnias y culturas originarias distribuidas a lo largo del territorio, las cuales gozan de un reconocimiento particular y de una institucionalidad propia para la defensa y promoción de sus derechos. Entre los pueblos originarios de Chile se encuentran los Mapuche, los Atacameños, los Rapa Nui, los Huilliche, los Lafkenche, los Aymarás, los Quechuas, los Collas, los Kawashkar o Alacalufe y los Yagán”⁴².

“Forman parte de las manifestaciones propias de las culturas originarias las lenguas, tradiciones orales, creencias, mitos, usos y costumbres, festividades, relatos y en general todos los conocimientos y manifestaciones por medio de los cuales se expresa la vida tradicional de estos pueblos”⁴³.

Televisión y Cultura

En el balance que realiza Osvaldo Larrañaga a partir del estudio comparativo entre el censo del año 1992 y el del año 2002, da cuenta de una serie de transformaciones profundas de la sociedad chilena.

Entre otras, que “el 72,6 % de los chilenos vive en casa propia y el 90,7 % de estas viviendas responden a estándares mínimos de calidad. El 79,1% de los hogares, frente al 61,1% en 1992, tiene acceso a electricidad, agua potable, alcantarillado, ducha y combustible para cocinar. Más del 80% de los hogares tiene refrigerador, lavadora y TV a color”⁴⁴.

⁴¹ *Ibid.* p. 25.

⁴² *Ibid.*

⁴³ *Ibid.*

⁴⁴ LARRAÑAGA, Osvaldo. “¿Cómo y dónde viven los chilenos”. *Cuánto y cómo cambiamos los chilenos. Balance de una Década*. Santiago, Censos 1992-2002, Cuadernos Bicentenario. 2003. pp. 79-85. En GOBIERNO DE CHILE. *Chile quiere más cultura: definiciones de política cultural 2005-2010*. 2005. p. 5.

Por su parte, el Instituto Nacional de Estadística, en conjunto con el CNCA realizó un estudio sobre “Consumo Cultural y Uso del Tiempo Libre” en la región metropolitana, el año 2004. Allí se arrojaba que “el 93,8% de las personas acostumbra a ver televisión y el 90,6% a escuchar la radio. El 41,2% de la población mayor de 15 años utiliza Internet, especialmente como medio de comunicación (mail y chat). Entre los sectores de escasos recursos este acceso se da fundamentalmente gracias a los cybercafés u otros lugares públicos (34,5%). Cerca del 40% de la población lee libros, especialmente novelas, y en el 42,8% de los hogares existen bibliotecas de más de cincuenta libros”⁴⁵.

Es decir, los únicos medios “universales” son la televisión y la radio.

“Asimismo, es relevante el hecho que el 60,2% de la población presente un consumo cultural mínimo o bajo, es decir, que aparte de los consumos generalizados (radio y TV), ésta no pasa de consumir dos o tres bienes culturales más, mientras que sólo el 14,3% de la población presenta un índice de consumo alto (más de diez bienes o servicios)”⁴⁶.

“El Censo 2002 muestra que el 89,2% de las personas viven en hogares que cuentan con aparato de televisión y que en promedio los chilenos ven tres horas de televisión al día, mientras que el 90,6% de la población declara escuchar la radio habitualmente”⁴⁷. En fin, los datos más relevantes están sobre la mesa.

De aquí emerge la preocupación que la misma política cultural ha fijado sobre la televisión. Esta aproximación, según se ha señalado, tiene una fuerte razón de carácter cuantitativo. Es decir, su universalidad por sí misma, genera una necesidad de fijar la mirada sobre ella.

⁴⁵ CNCA e INE. *Encuesta sobre Consumo Cultural y Uso del Tiempo Libre en la Región Metropolitana*. Santiago, 2004. En Gobierno de Chile. *Chile quiere más cultura: definiciones de política cultural 2005-2010*. 2005. p. 10.

⁴⁶ *Ibid.* p. 20.

⁴⁷ *Ibid.*

Sin embargo, abierta esa ventana, de lo que se trata ahora es de describir el rol que la televisión ha jugado durante los últimos veinte años. Sobre todo a nivel de las personas que han podido incidir en las decisiones que se han llevado a cabo. Por ello desfilarán a continuación, sobre todo, intelectuales que han tenido la oportunidad de dialogar con el Gobierno, para desentrañar también desde dónde se alimenta la cualificación que el Gobierno de esos años entendió sobre la televisión para, luego, tomar decisiones.

CAPITULO 2

Miradas desde Chile y América Latina hacia la TV: identidades

Como decía Ferry, el espacio público-social ofrece la posibilidad de dialogar con un gran público llamado humanidad y permite, a través de la apropiación de la historia y de la temificación de temas antes íntimos, la construcción de una identidad. Y la TV, sea como “medio” o como “lugar desde el que se piensa” (es decir, no como instrumento, sino como portadora de una lógica propia), hemos señalado que juega un rol clave.

Omar Rincón, director del posgrado en televisión de la Universidad Javeriana en Colombia y director del Centro de Competencia en Comunicación para América Latina de la Fundación Friedrich Ebert, se refiere la identidad como “la lucha por la afirmación de un lugar en el mundo, uno propio, uno en el cual uno siente que pertenece”, de este modo, constituye “un acto político, porque consiste en afirmarse diferente, con necesidades y expectativas propias, con posibilidad de mundos propios... es política, porque es un acto intencionado de construirse un lugar en lo público”. El medio, para Rincón, sería la “narración”⁴⁸.

Así lo señaló en el simposio internacional organizado por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, apoyado por el Consejo Nacional de Televisión, el Consejo del Arte y la Industria Audiovisual, el Programa de Dirección Audiovisual de la Pontificia Universidad Católica y el *International Public Television Screen*, realizado el 17 y 18 de noviembre de 2005 para “discutir sobre aquellos asuntos que facilitarán al Consejo incorporar en sus políticas culturales de Estado los temas relativos a la televisión”⁴⁹, como indicara la ministra de entonces, Paulina Urrutia, en el texto introductorio de la publicación que de allí emanó.

⁴⁸ RINCÓN, Omar. “Televisión e identidades: hacia una construcción (+) diversa de la realidad”. *Televisión y Cultura, una relación posible*. Santiago, Ediciones LOM. 2007. Editores, Eduardo Carrasco y Nancy Rampaphorn. p. 29.

⁴⁹ URRUTIA, Paulina; “Introducción”. *Televisión y Cultura, una relación posible*. Santiago, Ediciones LOM. 2007. Editores, Eduardo Carrasco y Nancy Rampaphorn. P. 7.

Lo que sucede es que a nivel global, pero en específico en Latinoamérica, una serie de reflexiones han avanzado en torno al rol de la televisión en el ámbito de la cultura y en la configuración identitaria de sus audiencias.

Por ejemplo, nueve años después de la realización de la VII Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado, se constituyó el Observatorio Iberoamericano de Televisión, que se amparaba en sus mismos principios⁵⁰.

En su carta fundacional, el OBITEL señala que “mientras que cada vez cobra mayor fuerza la percepción de la televisión como el medio clave para que América Latina consiga acelerar la tan deseada integración cultural de la región, el conocimiento y la información periódica sobre la región pueden ayudar en la tarea de promover la diversidad cultural y de mercado que representan las televisiones nacionales⁵¹”.

Y avanza en esta dirección Lorenzo Vilches, investigador del OBITEL y profesor del Departamento de Comunicaciones de la Universidad Autónoma de Barcelona, cuando indica que la televisión constituye el reforzamiento de una referencia institucional, es decir, a los “espectadores reagrupados en una institución familiar o social”⁵².

A partir de esta idea, Vilches agrega que todo género de ficción, es un género cultural. Esto incluye, ciertamente, a las telenovelas, *soap operas*, etc. por cuanto sus espectadores, independiente de su nivel cultural, no pueden sustraerse de realizar un juicio estético sobre ellas. En particular se refiere a elementos “substanciales” tales como la realidad, el alguien, la unidad, el bien, la verdad y lo bello.

⁵⁰ JEFES DE ESTADOS Y GOBIERNOS IBEROAMERICANOS. VII Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y Presidentes de Gobierno Declaración de Margarita. 1997. <http://www.oei.es/viicumbre.htm#PRIMERA>, revisado el 25 de septiembre de 2010.

⁵¹ VILCHES, Lorenzo. “Cultura y ficción televisiva iberoamericana”. *Televisión y Cultura, una relación posible*. Santiago, Ediciones LOM. 2007. Editores, Eduardo Carrasco y Nancy Rampaphorn. p. 16.

⁵² *Ibid.* p. 13.

Rincón decía que el mecanismo de la televisión para abordar toda cuestión de modo exitoso, era la narración. A partir de la idea de que en ella se juega su “cultura sentimental y su cercanía con la gente”, es que caracteriza esta narratividad como basada en una “actitud histórica, (siempre andar sobreactuando; siempre en cámara); una estética de la repetición (variaciones sobre lo mismo); una narración fragmentada (crear ilusiones de continuidad con base momentos autónomos de sentido y narración); un estilo cotidiano (hacer como si todo fuera en directo y espontáneo)”⁵³.

Como “máquina contadora de historias”, dice Rincón que la TV ha reemplazado el rol del abuelo, “ella se encarga de crear el encanto para tantas soledades-televidentes”. De este modo, se monta sobre dos nichos específicos “testimoniar y contar la realidad en directo, y entretener y divertir a las masas urbanas excluidas de la oferta cultural elitista”. Por ello, afirma que se hizo “reina de la información y del entretenimiento”⁵⁴.

Otra cuestión relevante que señala Rincón tiene que ver con el carácter interpelador de la TV cuando tiene un referente local, de modo que “un programa de producción local le gana en *rating* a uno global, se asiste a la pantalla para verse de cerca, identificarse y reconocerse”⁵⁵.

En esta misma línea apunta Valerio Fuenzalida, destacado académico de la Pontificia Universidad Católica, miembro de la OBITEL, Jefe de Estudios Cualitativos de la Dirección de Programación de TVN, asesor del área dramática de UCTV, etc., que se producen fenómenos de identificación “con lo que es percibido análogo: por ejemplo, los problemas familiares, afectivos, laborales, etc.” a la vez que “con lo que se reconoce como propio y significativo”, cuestión que explica la supremacía del *rating* de programas y artistas nacionales por sobre los extranjeros, cuestión particularmente visible en el ámbito de la telenovela⁵⁶.

⁵³ RINCÓN, Omar. *Op. cit.* p. 25.

⁵⁴ *Ibid.* p. 28.

⁵⁵ *Ibid.*

⁵⁶ FUENZALIDA, Valerio. *Televisión Abierta y Audiencia en América Latina*. Buenos Aires, Editorial Norma. 2002. p. 64.

Por ello, “la mala televisión es aquella hecha de contenidos, morales, razones y políticas”, en cambio, la televisión de calidad, sería aquella que “genera o produce conversación en la vida cotidiana, cuando sus mensajes se convierten en parte de la vida cotidiana”⁵⁷.

Rincón realiza una escisión del concepto de identidad, dibujando dos vertientes que la nutren. La primera, la más dura, “densa” es la que emerge desde los “meta relatos de la diferencia”: “símbolos (bandera + escudo + himno), historia (independencia y demás), mitos fundadores”. Median en su constitución las instituciones, o como él llama, los aparatos relativos a la educación, a lo militar, territorial, lingüístico y económico y resultan en “La patria”⁵⁸.

La otra aproximación es más “inestable, en flujo, leve y en permanente ‘redefinición’” construida por relatos más blandos, de los medios de comunicación, el fútbol, la música, los programas y héroes televisivos⁵⁹.

De esta segunda en Latinoamérica se fue configurando un producto televisivo típico a estas alturas: las telenovelas. Sobre ellas, consigna Rincón, la investigación y el *rating* demuestran que son un escenario cultural en donde se “juegan las identidades, representaciones y reconocimientos de las gentes del común”. Acude al caso de Brasil para ejemplificar cómo narran sobre lo cultural, donde se debaten los “grandes temas nacionales”. El viaje que se emprende, es de no saber quiénes somos, a reconocernos identitariamente⁶⁰.

Haciendo referencia a Martín-Barbero⁶¹, Rincón cierra la cuestión de la identidad puntualizando “la clave cultural, esa marca de la identidad de la telenovela se identifica en que [1] recupera la expresividad de los sentimientos que no han sido incluidos dentro de un patrón burgués; [2] pertenece al tiempo familiar, el de la rutina y la

⁵⁷ RINCÓN, Omar. *Op. cit.* p. 28.

⁵⁸ *Ibid.* p. 29.

⁵⁹ *Ibid.*

⁶⁰ *Ibid.* p. 36.

⁶¹ *Ibid.*

repetición del hogar; [3] recupera el modo de contar de la tradición oral; la telenovela se oye, no se ve; [4] a la gente lo que ve le sirve para contar lo que vive; [5] expresan estéticas más reconocibles y presentan marcos de referencia para comprender la vida cotidiana; [6] visibiliza y reflexiona los grandes problemas populares⁶².

En el mismo ámbito de la telenovela, Fuenzalida apunta cierta funcionalidad constructiva de una identidad de las audiencias, relativa al espacio más propiamente íntimo. La telenovela generaría temas de conversación y permitiría cierta anticipación a conflictos cotidianos, marcando pauta sobre cómo enfrentarlos en la medida de que esos problemas impliquen al espectador:

“En la ficción se exploran alternativas que permiten encarar problemas o situaciones vitales con un mayor repertorio de posibilidades. Las conductas de los personajes, sus reacciones, las maneras para encarar problemas vitales son observados con gran interés, y a veces comentadas, cuando son reconocidas como propias o similares, novedosas o chocantes”⁶³.

Por tanto, concluye Fuenzalida, “la audiencia se relaciona activamente desde su propio mundo de significaciones y desde su diversa memoria cultural con los personajes y situaciones de la TV; se reconoce e identifica con aquello que siente significativo; y tal identificación aparece activa desde la situación cultural”⁶⁴.

Hogar, ritmos de vida y estados situacionales

Caracterizando aún más el rol que ha asumido la televisión en términos prácticos, Fuenzalida señala que lo más habitual y cotidiano es que la televisión sea recepcionada en el hogar. De allí se explica que aparezcan necesidades que no necesariamente se han vinculado a la reflexión sobre la televisión además de la información: “compañía y soporte emocional, calidad de vida material y afectiva entre

⁶² *Ibid.*

⁶³ FUENZALIDA, Valerio. *Op. cit.* p. 66.

⁶⁴ *Ibid.*

sus miembros, etc.”; de vuelta, “la TV no les exige una determinada religión o moral, o ciertos valores”⁶⁵.

Para efectos de la televisión que ha sido TVN, la categoría que le corresponde es “generalista”, en contraposición a la “segmentada”. Su diferencia radica en el público al que se orienta; mientras en la primera se persigue básicamente a quien esté en la casa (eventualmente, a “todos”), la segunda busca a un nicho específico en términos de edad, nivel socioeconómico, intereses, etc.

Como es lógico, el mayor consumo televisivo lo sostienen las personas que más tiempo pasan dentro del hogar, “como la mujer ama de casa y personas de la tercera edad” a diferencia de personas con empleos fuera de la casa y los jóvenes⁶⁶. Esto ha dado paso al estudio de los “ciclos de vida en relación con la presencia en el hogar”. Sus resultados, Fuenzalida los resume así:

“Después de un crecimiento del consumo durante la infancia y adolescencia, durante los años de juventud se tiende a disminuir el consumo de TV como consecuencia de la mayor salida a actividades fuera del hogar. Posteriormente viene un ciclo de vida con mayor concentración en el hogar, donde las parejas cuidan a los hijos pequeños y esta situación conlleva un crecimiento del consumo de TV. El consumo televisivo vuelve a decrecer en los hogares de parejas con hijos en edad de creciente independencia; esta mayor autonomía de los hijos y su mayor salida a actividades fuera del hogar también se traduce en mayor libertad para los padres para retomar una vida con actividades extrahogareñas. Finalmente, en la época de tercera edad, la mayor presencia en el hogar implica un fuerte aumento en el consumo de TV”⁶⁷.

También existen factores de contexto contingente, como huelgas y cuestiones así, pero pareciera ser que el único otro factor estructural determinante de la presencia en el hogar y consecuente consumo televisivo, sería el clima estacional. Fuera de ello, el

⁶⁵ *Ibid.* p. 46.

⁶⁶ *Ibid.* p. 47.

⁶⁷ *Ibid.* p. 48.

paso siguiente ha sido el de volcarse a comprender los “ritmos de vida diarios” partiendo de la base de que “los habitantes presentes en el hogar tienen sus tiempos propios y los distribuyen según sus tareas, obligaciones y ocios”⁶⁸.

El emprendimiento de esta tarea por parte de Fuenzalida ha dado con interesantes conclusiones, como que “los ritmos de vida en el hogar se asocian con *estados de ánimo* en las personas allí presentes y con expectativas subjetivas situacionales ante la TV”⁶⁹. Es decir:

“Si un ama de casa se queda sola en el hogar por varias horas en el día, su expectativa situacional y su estado de ánimo tienden a demandarle a la TV la función de compañía amistosa; si tiene muchas tareas que realizar durante ciertos períodos de tiempo –habitualmente las mañanas son de gran actividad– su estado de ánimo será consonante con programas energizantes; si, por el contrario, se encuentra en sus períodos de descanso, tiende a demandar a la TV una compañía que le permita descansar física y psicológicamente, tal vez divagar en su imaginación, y hasta dormitar. Por las tardes, al ir regresando la familia al hogar, la expectativa se dirige hacia programas que permitan estar juntos e intercambiar”⁷⁰.

A partir de esta última idea, hay correlación entre el ejercicio de actividades y baja atención al contenido de la televisión y vice-versa.

De este modo, la arquitectura del ordenamiento de la parrilla programática de cualquier canal, debe contemplar las siguientes premisas en relación al ritmo de la vida y respectiva atención de la audiencia:

“A los magazines de la mañana, a menudo se les otorga una atención de monitoreo intermitente; un programa elaborado en secciones permite una atención de monitoreo mientras se realizan otras actividades; los segmentos breves, junto a la permanente

⁶⁸ *Ibid.* p. 49.

⁶⁹ *Ibid.* p. 50.

⁷⁰ *Ibid.*

interpelación del conductor, pueden (intentar) crear un sentimiento de compañía grata mientras se efectúan los quehaceres, y cuando la persona se motiva ante un segmento, puede prestar una atención más dedicada por un período de tiempo y luego retornaría a su ocupación principal...

“Muchas telenovelas y programas postmeridianos son vistos especialmente por amas de casa que sienten merecer un reparador descanso tras una intensa actividad en la mañana del hogar; puede existir atención concentrada si el programa interesa a la audiencia; pero a menudo ocurre una atención de monitoreo durante el descanso; ella es ligera, y permite tejer, mirar revistas, conversar, incluso dormir...”

“Se ha constatado que algunos programas del Prime Time, los noticiarios centrales, grandes reportajes, algunas ficciones, suscitan expectativas que ameritan atención dedicada, y audiencias hace arreglos especiales para ver concentradamente esos espacios La TV en esos casos deja de ser un fondo audiovisual y el programa emerge como una figura perceptual que amerita una atención concentrada”⁷¹.

Es en función de este principio que se desplaza en la propuesta de Fuenzalida la idea de la “aguja hipodérmica”, consistente en “la antigua hipótesis acerca de la supuesta pasividad constitutiva de la audiencia televisiva, causada por la ‘hipnosis’ de la pantalla, lo cual ‘causaba’ una atención concentrada, permanente e invariable”⁷² en el sentido descrito por él mismo, o bien, lo que se señala desde la producción más crítica, desde Eduardo Santa Cruz leyendo a Jesús Martín Barbero, es decir, al desplazamiento de la idea funcionalista de la pasividad del receptor: “la actividad de los ‘dominados’, en cuanto cómplices y partícipes de la ‘dominación’, lo cual de por sí sacaba a los sectores populares de una ubicación pasiva y natural de dicha dicotomía, pero también como sujetos de la decodificación y de –al decir de Barbero– la ‘réplica de los discursos del amo’ ”⁷³.

⁷¹ *Ibid.* p. 53., apoyado en Fuenzalida- Hermosilla, 1989.

⁷² *Ibid.* p. 54.

⁷³ SANTA CRUZ, Eduardo. *Op. cit.*

De lo expuesto, deriva la conceptualización propuesta por Fuenzalida: las “expectativas situacionales”, aquellas que se orientan a “lo que se espera recibir” en un determinado “espacio tiempo cultural”. Aún así, dice, no siempre se traducen en cuestiones prácticas, pues están “teñidas de expectativas socialmente valoradas”⁷⁴.

Familia, Moral y Percepciones

Si la recepción televisiva se realiza principalmente en el hogar, la pregunta que cabe de cajón es qué rasgos que constituyen a la sociedad misma se inmiscuyen en su interior y cómo el núcleo familiar se apropia de lo que sale de la TV.

Las principales diferencias que se relacionan con el “consumo” de TV son las “etéreas, de sexo y socioculturales”. En cambio, las económicas, en la impresión de Fuenzalida, no aplicarían de modo tan significativo⁷⁵.

En la dimensión de la apropiación y decodificación del “mensaje” televisivo, el académico de la Universidad Católica enfatiza que se realiza un “proceso de comparación reflexiva” con “las situaciones y personajes presentados en la trama”. Esta actividad se correspondería con una “actividad afectivo-cognitiva” protagonizada tanto por la familia (sea cual fuese su forma concreta, se apunta al rasgo colectivo de esta actividad) como por el individuo.

Fuera del hogar, también se produce, sobre todo, una discusión colectiva sobre lo observado, la audiencia “ ‘dialoga’ internamente y también grupalmente (en familia, en la escuela, en el trabajo) con la trama para criticarla, aprobar o discrepar con las decisiones u conductas de los personajes, sugerir otras alternativas, reírse o burlarse de ciertos estereotipos, o sorprenderse ante situaciones inesperadas”⁷⁶.

⁷⁴ FUENZALIDA, Valerio. *Op. cit.* p. 67.

⁷⁵ *Ibid.* p. 55.

⁷⁶ *Ibid.* p. 65.

Entonces, recapitulando, un individuo cuando se aproxima a la televisión, en un primer nivel, se dispone a un inconsciente proceso de “reconocimiento e identificación” que define el *rating* en la medida de su realización. Si se produce, hay más *rating* y, sino, lo contrario.

En un segundo nivel, en cambio, hay mayor discusión y comparación. Incluso, “ante programas cuyos horarios y géneros crean expectativas de temáticas fuertemente interesantes, la audiencia procura condiciones dedicadas de atención (anticipación de quehaceres, acomodación ante el televisor, etc.); ante tales programas no sólo se suscita una discusión espontánea, sino que sectores populares de la audiencia deliberadamente ven en conjunto con los hijos el programa y efectuar una ‘apropiación educativa familiar’ ”⁷⁷.

Por lo tanto, no hay pasividad en las audiencias, no hay determinación mecánica, no hay siquiera posibilidad de manipulación como se entendía desde el principio expuesto de la “aguja hipodérmica” propia del funcionalismo. Sí, en cambio, existe un mecanismo de implicación y de consecución de *rating* a partir de la puesta en escena de determinados temas o conflictos, tanto a nivel social como íntimo. Existe una apropiación de parte de las audiencias de estos temas, tanto a nivel educativo como a nivel de generación de discusiones.

Es decir, ni determinación mecánica ni autonomía de las audiencias.

“Estos procesos concretos de la audiencia en el hogar desmienten la idea de una audiencia pasiva que sería mecánicamente convertida al bien por el modelo de los personajes ‘buenos’ o, por el contrario, pervertida hacia la maldad –moral o ideológica– por los personajes ‘malos’. Más bien los personajes malvados de las telenovelas a menudo son fuente de discusiones, risas y burlas, o desaprobaciones sobre la base de la cultura del grupo. También se ha podido constatar en el Chile posdictadura una

⁷⁷ *Ibid.* p. 66

lectura 'escéptica' en relación con los planteamientos políticos, escepticismo que aumenta en los visionados colectivos y comentados⁷⁸.

Refuerza esta idea sobre el carácter de las audiencias el trabajo desarrollado por María Dolores Souza Meyerholz, psicóloga de la holandesa Universidad Real de Leiden y jefa del departamento de estudios del Consejo Nacional de Televisión. En él intenta objetivar los procesos propios de la audiencia en sus casas, digamos, en qué resultan los procesos de "comparación reflexiva" que se mencionaban.

La idea central es que "el consumo televisivo –si bien persigue la entretención y/o la compañía– pone constantemente en movimiento nuestros valores familiares, ciudadanos y morales. Más que ningún otro medio de comunicación hasta ahora, la pantalla chica nos retrotrae al 'deber ser'⁷⁹, desplazando, a su vez, la idea de que los más críticos de la TV son quienes no participan de su visionado.

Indica que según la información levantada por la Encuesta Nacional de Televisión 2005 (ya referida en este trabajo) y otros dos estudios⁸⁰, el 80% de la población la visita diariamente. El consumo promedio diario alcanzaría las tres horas. Cuatro si se tiene TV por cable.

Una cuestión fundamental en términos de las audiencias, es que se ha vuelto "sin duda un objeto de reflexión sobre valores familiares, ciudadanos y morales". Esto representaría una cuestión novedosa según la pista que le ha seguido la investigadora desde la década de los noventa, "pero en el último tiempo las opiniones sobre la programación aparecen más complejas, más profundas, abarcan más temáticas de nuestra cultura cotidiana y son también más críticas". Esto se debería a una suerte de acumulación de experiencia que habría derivado en "experticia" ciudadana⁸¹.

⁷⁸ *Ibid.*

⁷⁹ SOUZA, María. "Televisión y Valores" .*Televisión y Cultura, una relación posible*. Santiago, Ediciones LOM. 2007. Editores, Eduardo Carrasco y Nancy Rampaphorn. p. 51.

⁸⁰ CNTV. "Informe 8/13: los Tweens Chilenos" de McCann Erickson, Research Chile y CNTV 2003; e "Informe 13/17: los adolescentes chilenos". McCann Erickson, Research Chile y CNTV. 2005 (ver los tres textos en: www.cntv.cl)

⁸¹ SOUZA, María. *Op. cit.* p. 52.

La encuesta del CNTV a la que hemos aludido muestra en los gráficos que se adjuntan en el anexo, que “al analizar el nivel de satisfacción de los telespectadores con la televisión, se aprecia una caída considerable –14 puntos– el año 2005 respecto del 2002. Este resultado sorprende y significa una discontinuidad con evaluaciones anteriores, incluso entre los grupos que tienen niveles de satisfacción por sobre el promedio, como es el caso de las personas de estrato bajo y extrema pobreza. Entre ellos la caída representa más del doble que la de los estratos alto y medio alto”⁸².

La racionalización de la insatisfacción de parte del público, dice relación principalmente con la presencia de “programas malos (47,2%); pocos programas culturales (35%) y mucho lenguaje grosero (21,2%)”⁸³. La sicóloga agrega que la “solidez y nivel de elaboración de las opiniones” se explican por un importante nivel de consumo televisivo familiar y, sobre todo, “porque la televisión abierta sigue siendo el referente más masivo de contenidos sociales que nos permiten compartir una cultura y reflexionar en torno a ella”⁸⁴.

Como decíamos, la insatisfacción ha crecido sobre todo en sectores de estratos medios y bajos. Lo mismo ha sucedido con los jóvenes. Son estas personas las que “con mayor ímpetu manifiestan el sentimiento de que la TV no sólo les brinda poco espacio sino además presenta una imagen negativa de ellos”. A su vez, existe un creciente malestar provocado por la impresión de que son otros los grupos sociales “retratados favorablemente en pantalla”. Dentro de este grupo cuentan “los partidos políticos, las autoridades de gobierno, los empresarios y sectores acomodados y la ‘farándula’. Es decir, personas con poder y fama”⁸⁵.

⁸² *Ibid.*

⁸³ *Ibid.* p. 53.

⁸⁴ *Ibid.* p. 54.

⁸⁵ *Ibid.* p. 58

Cultura “ilustrada”, “de masas” y “negocio”

En su participación del simposio sobre TV y cultura que ya se mencionó, como marco de la convocatoria que sale de la preocupación del CNCA sobre este respecto, Valerio Fuenzalida marcó una diferencia respecto de cómo era entendida la cultura desde la Ilustración europea; “apreciaba la vida pública que transcurría fuera del hogar, y éste era concebido como lugar de alienación psicológica e histórica”. De ahí, la “importante” “mutación cultural” consiste en lo que denomina “Cultura de la Vida Cotidiana y reaprecio de la calidad de vida en el hogar privado”⁸⁶.

Acudiendo a Verón, dice que acompañado de este fenómeno, viene de la mano el rol que han asumido los gestos y las caras, el “cuerpo humano, análogo y concreto” en relación al lenguaje audiovisual. De ahí vendría un proceso de “identificación o rechazo emocional, más que de análisis”. Por ello que la TV habría asumido la creación de “géneros propios de medio relacionados con la vida cotidiana del hogar, como es el caso de la telenovela”⁸⁷.

Sin embargo, en la impresión de Brunner, ex presidente del Consejo Nacional de Televisión, experto en educación, y comunicación, miembro del *think tank* Expansiva, académico de la Universidad Adolfo Ibañez, Diego Portales, ex ministro Secretario General de Gobierno y un largo etcétera, la televisión habría nacido desde el principio de la “cultura pública”, de la mano del Estado y su “seriedad y rigor puritano. Se la controla estrechamente y define como instrumento al servicio de la ilustración su función debía ser la de educar, informar, entretener”. Esto habría sucedido siempre “en el nombre de la alta cultura: sofisticada, medida, grave y aristocrática”. Este principio “no demoró en desmoronarse”⁸⁸.

⁸⁶ FUENZALIDA, Valerio. “Audiencias televisivas y consumo cultural”. *Televisión y Cultura, una relación posible*. Santiago, Ediciones LOM. 2007. Editores, Eduardo Carrasco y Nancy Rampaphorn. p. 90.

⁸⁷ *Ibid.* p. 90.

⁸⁸ BRUNNER, José Joaquín. “Televisión: negocio versus cultura”. *Foro La Televisión Actual: ¿Negocio Versus Cultura?* Santiago, Generación Empresarial, 19 de julio de 1996. En *Televisión y Cultura, una relación posible*: ediciones LOM, 2007. Editores, Eduardo Carrasco y Nancy Rampaphorn. p. 96.

Lo que sucede es que “no hay cultura sin negocio que la preceda o la acompañe”⁸⁹ y, en Chile “la televisión –a semejanza de lo que había ocurrido desde el comienzo en los EE.U.– pronto se privatizó y transformó en empresa industrial. Se abrió al mercado hasta convertirse en el principal medio de la cultura de masas”. Es decir, la producción cultural de masas sería antitética de la alta cultura. Entonces, la TV, en vez de promoverla, “devino la principal expresión de la cultura popular, industrializada y producida en serie”⁹⁰.

Del lado de las audiencias, en cambio, operaría otro fenómeno fundamental: el acceso al lugar cultural. Brunner se pregunta “si la industria opera conforme a criterios comerciales” ¿qué es lo que busca una persona cuando compra un televisor o contrata el tv cable? “me atrevería a decir que lo que busca es, sencillamente, participar en una amplia zona de la cultura de su época, igual como hace el que concurre a arrendar un video, asiste al cine o compra el más reciente *best seller* en la librería de la esquina”⁹¹.

Concluye Brunner: “luego, desde el punto de vista de la sociedad y los individuos que la conforman, la cultura sigue siendo tal a pesar de su comercialización. Y la televisión mantiene su estatuto de medio cultural, sin perjuicio del carácter lucrativo de la industria o de la intermediación del mercado”⁹².

Esta disposición nos permite abordar lo que Fuenzalida decía “este más complejo y amplio escenario de significación cultural obliga a revisar dos ‘malas’ palabras de la alta cultura occidental racional-iluminista”⁹³.

Omar Rincón se refiere a que hoy, a nivel de sentido común, “la cultura está marcada por los contenidos” que pasan por las “siete artes”, el “mundo ilustrado” y el mundo “del folklore o las tradiciones étnicas”. Es decir, a la “pintura, escultura, arquitectura,

⁸⁹ *Ibid.* p. 95.

⁹⁰ *Ibid.* p. 96.

⁹¹ *Ibid.* p. 98.

⁹² *Ibid.*

⁹³ *Ibid.* p. 90.

literatura, música, danza y cine” y a la “filosofía y ciencias sociales y humanas”. “¿Quién no está de acuerdo que estos ámbitos son el contenido de la cultura?”⁹⁴.

Pero Rincón, realizando un apunte de carácter histórico, acusa que de la Edad Media emerge como reiterada la expresión “artes liberales”, que se referían a “las ramas del conocimiento” que entonces se enseñaban. El carácter de “liberal” venía dado “porque sirven al propósito de entrenar al hombre libre”; “su fin es preparar al estudiante no para ganarse la vida, sino la búsqueda de la ciencia en el sentido estricto del término, es decir, la combinación de filosofía y teología conocida como escolástica”. Eran en total siete; las “artes sermocinales”, es decir, las que venían de “las ciencias del lenguaje, de la oratoria y de la lógica” (“gramática, retórica y dialéctica); las “artes reales, o *physicae*”, es decir, las disciplinas “matemático-físicas” (“aritmética, geometría, astronomía y música”⁹⁵.

Entonces, dice Rincón, “las artes son lo que cada época necesita para comprenderse e imaginarse”, por lo que cae de cajón es “¿qué nos constituye hoy en hombres libres”. Acude a Jesús Martín-Barbero para explicar que “es más ‘la mirada’ que lo que se mira; lo cultural está más en los conceptos, historias, relatos, experiencias desde donde se asigna sentido, que en los contenidos en sí mismos”. De este modo, “hay cultura en las experiencias donde se produce, comparte y reconoce conciencia y sentido”⁹⁶.

Lo relevante para efectos de esta investigación es que así, “los medios de comunicación, y sobre todo la televisión, emergen como un lugar prioritario de producción cultural, porque esta pantalla es uno de los dispositivos por medio de los cuales se producen sentidos y referentes comunes en nuestros días. La televisión es lo más común que tenemos, sus mensajes son lo más compartido que nos habita. Entonces, habría que referirnos a la cultura como aquello que interpela de modo más contundente a una comunidad. La televisión, el fútbol, la moda y las músicas son tal

⁹⁴ RINCÓN, Omar. *Op. cit.* p. 29.

⁹⁵ *Ibid.* .

⁹⁶ *Ibid.* p. 30.

vez nuestros lugares culturales más significativos; por lo menos, las representaciones más comunes que tenemos de nosotros mismos. Cultura débil, de flujo, de historias, que se constituye como tal en cuanto ofrece referentes que juntan y generan encuentros; de eso está hecha la tevé. Es cultura en sí misma, más que por los contenidos 'culturosos' que transmite"⁹⁷.

Por último, otros dos aportes de Fuenzalida para un nuevo entendimiento de la vieja concepción de "cultura" orientada hacia la comprensión de la televisión.

En primer lugar, el concepto de "entretención", que "en importantes tradiciones culturales occidentales, este concepto ha sido concebido como pérdida de tiempo productivo (según el puritanismo calvinista), y como fantasía alienadora de la realidad (según el racionalismo)". "Actualmente, la entretención se presenta asociada a la recepción televisiva para el descanso en el hogar, y revalorizada como espacio lúdico en donde es posible re-ver la propia vida cotidiana"⁹⁸. Ahí resultan fundamentales los contenidos televisivos que recrean la realidad, sea desde la ficción o la realidad misma.

En segundo, la televisión como industria cultural también ha producido necesariamente un giro respecto de los modos tradicionales de comprensión de la cultura (aunque esto en el ámbito propio de la academia ya haya sido latamente revisado desde la Escuela de Frankfurt, desde Birmingham, o incluso rastreando algunos elementos propuestos por Gramsci; lo que apuntamos acá es respecto de quienes hoy, aunque desde la intelectualidad, participan de la toma de decisiones en alguno de los niveles del quehacer televisivo y su propia comprensión). "La realidad de las industrias culturales ha obligado a repensar el concepto de cultura, y al lado de las obras de alta cultura hoy se reivindica a las industrias creativas"⁹⁹. Esto, desplazando la unicidad y cierto carácter de producción personal que solía tener la vieja concepción del arte o de la "alta cultura".

⁹⁷ *Ibid.*

⁹⁸ FUENZALIDA, Valerio. *Op. cit.* p. 91.

⁹⁹ *Ibid.*

CAPÍTULO 3

Modelos de TV Pública y el caso de la BBC

Valerio Fuenzalida, en la publicación “Televisión y Cultura Cotidiana: la influencia social de la TV percibida desde la cultura cotidiana de la audiencia” del año 1997 revisa lo que ha sucedido con los modelos de televisión pública, sobre todo a nivel europeo (Estados Unidos tiende a dejarse en un tercer plano dada la orientación a la televisión comercial que norma su desarrollo).

Es pertinente dar cuenta, sobre todo, de cómo es leído el proceso europeo desde Chile, pues tanto lo que se decide hacer como no hacer tiene una fuerte determinación en ese desciframiento.

Lo primero que se debe señalar es que Europa, desde 1975, comenzó con un proceso de revisión del tipo de televisión pública que había propuesto hasta entonces; esto sucedió también en países como Israel, Australia, Canadá, Nueva Zelanda, etc. Fuenzalida se refiere a ellos, “puesto que estos sistemas a menudo se han exhibido como paradigmas inmutables de una TV deseables por su perfección”¹⁰⁰.

El rasgo fundamental con que contaban esas experiencias televisivas era el de la organización centralizada. Sus causas eran de diversa índole: a nivel material, tenía que ver con que las “características del primitivo equipamiento técnico para producir y transmitir... era de voluminosas dimensiones y exigía enorme infraestructura de espacio físico y recursos”; a nivel económico, “ante la escasez de la pos segunda guerra mundial; los Estados europeos proporcionaron los enormes recursos exigidos para la introducción de la TV, legitimada como un servicio masivo de entretenimiento y de educación en esas difíciles circunstancias de reconstrucción ante la devastación”, lo que, consigna Fuenzalida, también da cuenta de su fundamento histórico-político: “los

¹⁰⁰ FUENZALIDA, Valerio; Televisión y Cultura Cotidiana: la influencia social de la TV percibida desde la cultura cotidiana de la audiencia; Corporación de Promoción Universitaria; Santiago; 1997. p. 234

Servicios Públicos deben ubicarse como continuación de la anterior organización radiofónica, pero ahora legitimada políticamente por la amenaza de la guerra fría, cuyo campo primero de combate era justamente Europa; esos servicios aparecían contribuyendo a la subsistencia política y a la identidad cultural de la Europa Occidental, lo cual le valió el ataque de la izquierda prosoviética”¹⁰¹.

La tecnología era “de alto costo y costosa operación” y estructuró una organización que residía en las capitales de los países, que dibujó un interesante carácter de “receptor pasivo de las emisiones” a las provincias. Esta centralización, como es de esperarse, también tuvo un carácter creativo y cultural, pues en el espacio en el que existía la maquinaria era en donde se tomaban las decisiones, en donde se programaba, se producía y emitía. A nivel político, la TV “era controlada por el Gobierno, en base al financiamiento público que demandaba esta industria de alto costo”¹⁰².

Esto produjo enormes equipos de trabajo y administración, una gran burocracia de alto costo de operación y producción con diversos grados de anquilosamiento, cuya causa, en la impresión de Fuenzalida (que no es compartida por el autor de este ensayo), residiría en la falta de competencia:

“A mediados de los 80, la RAI en Italia totalizaba alrededor de 10.000 trabajadores para transmitir unas 19.600 horas anuales de TV, la Radio TV española tenía unos 11.000 empleados para sus 7.700 horas anuales de emisión. La BBC (British Broadcasting Corporation) tenía en 1981 unos 25.000 empleados para sus servicios radiotelevisivos nacionales, locales y de ultramar. La Canadian Broadcasting Corporation (CBC) tenía en 1980 unos 8.800 empleados en sus servicios de TV (Audley, 1983). El gobierno de Chirac como Primer Ministro en Francia explícitamente quiso legitimar la privatización de TF-1 por el altísimo número de empleados que trabajaban en la empresa”¹⁰³.

¹⁰¹ Ibid.

¹⁰² Ibid. p. 235

¹⁰³ Ibid. p. 235, apoyado en Fox, 1986

Esta situación venía acompañada de un agravante, que se refería a la “gran dificultad para flexibilizar las normas laborales tomadas originalmente de una industria y una oficina tradicional con las jornadas determinadas que permiten diferenciar entre horas ordinarias y extraordinarias de trabajo” que generaba una incompreensión por el tipo de trabajo que allí se desempeñaba, “a la vez que frente al desempleo y otras urgencias sociales” propias del momento histórico que se vivía, “ los gobiernos no tenían legitimidad para seguir destinando enormes sumas de dinero a un deficitario sistema televisivo público que tenía decreciente público televidente, y en un ambiente social que presionaba por un rápido desarrollo de la televisión por cables para disponer de una oferta más amplia y diversificada”¹⁰⁴.

Las reformas que comenzaron a correr partieron con la introducción de la TV privada abierta, la TV por cable y las emisoras regionales. La competencia fomentaría la producción televisiva independiente del Gobierno, a la innovación cultural, a bajar costos y a generar modos distintos de financiamiento (como introducir financiamiento publicitario parcial en las estaciones públicas); luego, por cierto, se determinó la reducción de personal¹⁰⁵.

Este razonamiento fue visible y sostenido por gobiernos como el de Margaret Thatcher y el de Jaques Chirac, mientras que “el proyecto de introducir TV privada en España planteado después que el Gobierno de Felipe González fracasó en su intento de modernizar y racionalizar la RTV española”, acusada de arrastrar por años “situaciones de pésima administración y corrupciones”¹⁰⁶.

En el viejo modelo de TV Pública, se aseguraría el cumplimiento del objetivo de “Servicio Público” (Fuenzalida lo enfatiza así, siempre en mayúsculas, elocuente de su idea de cuál es la funcionalidad que debe tener la TV Pública) a través de “un sustancial financiamiento con fondos públicos y extra publicitarios” así se mantendría

¹⁰⁴ Ibid. p. 236

¹⁰⁵ Ibid. p. 236

¹⁰⁶ Ibid. p. 236

“el sano funcionamiento de estos servicios, y los mantendría supuestamente incorruptibles, y de alta calidad”¹⁰⁷.

Sin embargo, Fuenzalida insiste en que “el transcurso del tiempo fue mostrando que este tipo de financiamiento tenía tendencias internas a la perversión”, pues como es el centro de su tesis, “la falta de competencia y el desinterés desdeñoso de los directivos de la TV Pública por los intereses de la audiencia generaron una amplia burocracia, poco creativa y muy costosa... como resultado de la reforma prácticamente en todos los países se ha introducido la competencia entre canales privados y estaciones públicas”¹⁰⁸.

La BBC, por los motivos señalados, ocupa un rol paradigmático de TV Pública que es significativo de revisar.

Ha resultado excepcional, en algunos aspectos, respecto de lo señalado en relación a la “centralización”. Presenta un importante nivel de independencia respecto del Gobierno y del parlamento, “heredada desde la formación de la corporación radial en los años 30, y que no es habitual en los países europeos¹⁰⁹”; en cambio, “Francia y en general los países europeos han ofrecido una TV Pública controlada políticamente por el Ejecutivo; Italia evolucionó hacia la RAI controlada proporcionalmente o ‘cuoteada’ políticamente por el Parlamento”. De aquí emergen las ideas sobre el carácter instrumental de la televisión, sus posibilidades de manipulación, agujas hipodérmicas, etc. “instrumento que las teorías televisivas de la época consideraban de una eficiencia persuasiva omnipotente”¹¹⁰.

¹⁰⁷ Ibid. p. 236

¹⁰⁸ Ibid. p. 236

¹⁰⁹ El Gobierno británico influye políticamente en la BBC en tres áreas: en la designación de los miembros del Directorio y su Chairman (Board of Governors); en el monto del impuesto a los receptores de TV (licence fee); la cláusula 13 (4) del Reglamento de la BBC (Licence and Agreement) permite al Gobierno “require the Corporation to refrain... from sending any matter or matters of any class” (Godoy, 1994, p.20). Así, la independencia de la BBC es menos un asunto legal y mucho más una tradicional práctica en la política británica.

¹¹⁰ Ibid. p. 235

La BBC, junto con otras estaciones públicas como la alemana y la italiana, fueron de las primeras en financiarse estructuralmente a través de un impuesto asignado a la tenencia de receptores (licence fee o canon)¹¹¹.

Lo más importante, y que destaca Fuenzalida, es cómo va variando el concepto (de nuevo en mayúsculas) de “Servicio Público” en su funcionamiento a lo largo de su recorrido histórico, por lo que se vuelve adecuado hacer una revisión de ello desde cuando la BBC funcionaba como una red radiofónica.

La idea original recae sobre un sujeto de fuerte convicción calvinista, Lord Reith, y se proponía “‘elevar’ la educación, el gusto, y la moral de la audiencia hacia el estándar consensual de las clases altas inglesas de la época, y... evitar sistemáticamente la emisión de contenidos que pudiesen ser dañinos (según esos criterios)”¹¹².

Aquel consenso fue roto por la Segunda Guerra Mundial, que generó que la concepción mencionada fuese considerada “una amenaza a la libertad y al pluralismo”. La BBC debe virar su centro editorial para adaptarse “a una sociedad más plural que considera un bien social la diversidad de gustos y expresiones culturales”, necesidad visible después de la institución del *Commonwealth* y la “necesidad de aceptar la pluralidad étnica y cultural del postcolonialismo”¹¹³.

Este giro se expresó concretamente en, por ejemplo, que los programas de entretenimiento “popular” y los musicales, que eran mal vistos, se legitimaron para la programación de las radios de la BBC a pesar del “inconformismo e incompreensión de algunos sectores puritanos”¹¹⁴.

En la década de los 60 la BBC es dirigida por Hugh Greene. Él proclama la “tolerancia ante la diversidad como definición de Servicio Público” y lo lleva un paso más lejos, incentivando la producción de programas cuyo objetivo era “examinar las ideas”,

¹¹¹ Ibid. p. 238

¹¹² Ibid. p. 243

¹¹³ Ibid. p. 243

¹¹⁴ Ibid. p. 244

“desafiar y provocar a la audiencia”, cuestión que se tradujo en “comedias desafiantes del establishment político cultural” de este modo se “serviría a la sociedad relevando la utilidad social de cuestionar las ideas y los valores”¹¹⁵

La década siguiente fue de Charles Curran, que definió que el sentido de la estación sería “proporcionar información de alta confiabilidad y lugar de foro en las diversas tendencias culturales”. Las ya clásicas funciones de “informar, educar y entretener” en su impresión, “no se separaban necesariamente en programas diferentes, sino que se entramaban en la programación como una ‘túnica sin costura’”¹¹⁶. Esta idea fue apoyada en 1977 por el *Anan Report of Committee in the Future Broadcasting* que consignaba a Gran Bretaña como “culturalmente fragmentada” y proponía un servicio público “constituido por emisiones que crearán un foro para la expresión de múltiples puntos de vista y por la producción de una amplia variedad de diversos tipos de programas destinados a crear ‘delight and insight’”¹¹⁷.

Desde otra vereda, la BBC recibió fuertes críticas por lo que se acusaba como “decaencia de calidad” por “pretendidas ofensas a la moral y buenas costumbres británicas”. Mary Whitehouse, profesora, líder del movimiento Rearme Moral y del *Action Group “Clean Up TV”* calificó como “ofensivas para la gente decente” las comedias y series más populares del período de Greene. Whitehouse “representó el sentir de algunos pequeños grupos religiosos que acusaban a la BBC de producir programas disolventes, destinados a servir propósitos”¹¹⁸.

Whitehouse calificaba los contenidos de la BBC como “completamente subversivos de nuestro modo de vida y de los valores que han dado coherencia y estabilidad a nuestra sociedad; “si se me pidiera nombrar –añadía– a las personas que más que nadie han sido responsables del colapso moral de este país, nombraría a Greene”¹¹⁹.

¹¹⁵ Ibid. p. 244, apoyado en Tracey 1983

¹¹⁶ Ibid p. 244, apoyado en Curran, 1979

¹¹⁷ Ibid p. 244, apoyado en MacDonnell, 1991

¹¹⁸ Ibid p. 244

¹¹⁹ Ibid p. 244, apoyado en Tracey, 1983

De este modo, Fuenzalida, a partir de uno de los modelos referenciales de la TV Pública, la BBC, describe cómo ha estado en juego el concepto de lo público, o de “Servicio Público”, que “no ha sido estático en la historia de ese país; más bien evoluciona en medio de ásperas controversias sobre la vida social, la cultural y la moral –y el rol de la comunicación pública en una sociedad de constante cambio”¹²⁰.

Se trata, entonces, de que revisar el modelo televisivo europeo de modo deshistorizado, no es apropiado para el caso chileno y no daría cuenta del proceso de revisión que ha sufrido a partir de los revisados “cambios tecnoindustriales, económicos y sociales”, cuestión que, por lo demás, lo haría “impracticable”. Esto en la opinión de Fuenzalida, es lo que animó su propia búsqueda por una actualización de la TV Pública en Chile, de “su propia concepción de utilidad pública como respuesta a las demandas sociales”, “en las nuevas condiciones de la empresa televisiva, y en el contexto mundial de reforma económico-conceptual de los sistemas públicos de TV”¹²¹.

También sirve para desmitificar y poner en perspectiva modelos que, en tanto paradigmáticos, tendieron a sacralizarse, como el británico. También anima la idea de no esperar una respuesta “externa para definir una programación de servicio público, como si existiera un concepto universalmente válido e inmutable”¹²².

De hecho, un estudio de Diego Portales sobre la televisión en países de Latinoamérica como Argentina, México y, por cierto, Chile en la década del 80 arrojaron como resultado que el “sistema televisivo chileno al introducir competencia entre los canales universitarios y TVN había sido exitoso en constituir una industria relativamente vigorosa e innovadora, lo cual no se constataba entre los canales privados en Argentina”. Esto se habría producido, en lo que destaca Fuenzalida, a causa de la competencia entre “varios agentes públicos”:

¹²⁰ Ibid p. 244

¹²¹ Ibid p. 233

¹²² Ibid p. 246

“Siendo en esa época toda la TV chilena un sistema relativamente Público tenía, sin embargo, diferentes agencias propietarias, que competían entre sí por la audiencia y por el financiamiento. El estatuto público, expresado en las corporaciones públicas propietarias de los canales, y en las funciones asignadas y supervisadas por el CNTV, precavía de los excesos de un sistema competitivo sólo por el máximo lucro”¹²³.

Una aproximación a TVN

El aterrizaje que se propone es, habiendo revisado el carácter cualitativo que ostenta la televisión según el diálogo que ha emergido desde la misma iniciativa oficial del Gobierno, con la participación de una serie de intelectuales a nivel nacional y regional, y habiendo revisado experiencias de televisión pública ¿qué es lo que TVN, el canal público, propiedad del Estado de Chile, ha resuelto para sí mismo en términos de orientaciones programáticas y criterios para definir su “parrilla”? De estos criterios emergería una de las producciones culturales más importantes para nuestra sociedad.

La Ley 19.132 creó la Empresa Televisión Nacional de Chile, la única red estatal del país. Como marco normativo, se señala que exige el desempeño de TVN en tres dimensiones: autonomía, pluralismo y objetividad. Correspondería a “una persona jurídica de derecho público autónoma, dotada de un patrimonio propio, dirigida por un Directorio que representa al propietario, que es el Estado, y la administra con las más amplias facultades”. “Pese a ser una entidad del Estado, TVN no puede recibir crédito público, subsidios, aportes o ingresos que provengan del mismo. Su gestión financiera debe realizarse como la de cualquiera otra empresa privada de servicios de televisión, lo que la obliga a competir en el mercado en iguales condiciones que los demás canales”¹²⁴. Fuenzalida agrega que “no tiene fines de lucro, pero tiene necesidad de una eficiente administración profesional para autofinanciar su operación y su futuro desarrollo como empresa”^{125,126}.

¹²³ Ibid. p. 236, apoyado en Portales, 1986

¹²⁴ TVN. *Orientaciones programáticas 1997*. Santiago. 1997. p. 5.

¹²⁵ “El artículo 4º de la ley de TVN enfatiza la idoneidad pluralista para los miembros del Directorio, con lo cual se subraya la función de garante del pluralismo para este cuerpo de dirección superior; sin embargo la ley no menciona explícitamente la necesidad de destrezas

Fuenzalida argumenta que la funcionalidad que expresa el Directorio en su composición “destaca la autonomía de esta empresa pública de comunicación y su independencia tanto en los diferentes gobiernos como de los distintos poderes públicos”. De este modo, “en virtud de su propia composición plural, decidida en acuerdo por el Presidente de la República y el Senado de la Nación, el Directorio asume el mandato de desarrollar la referida autonomía al margen de cualquier orientación político-partidista, corporativa, social, económica, o religiosa”¹²⁷.

En síntesis, TVN, en la opinión de Fuenzalida “es una empresa pública con administración según las normas de flexibilidad y eficiencia de la empresa privada. Estos logros son relativamente incuestionados y concitan la atención nacional e internacional en tanto un nuevo modelo administrativo exitoso de empresas públicas”¹²⁸.

Por estos motivos, el periodista Gustavo González, ex director de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Chile y, actualmente, académico de esa unidad, señala que TVN está obligada a un autofinanciamiento que la lleva a adoptar recursos de captación de audiencia y de publicidad similares a los de los canales privados. Además, recalca el estado de permanente y minuciosa negociación en sus movimientos y designaciones.

González se refiere también al estudio del CNTV que ya hemos mencionado en el primer capítulo, pero aportando otros elementos:

empresariales, a pesar de conferir al directorio “las más amplias y absolutas facultades” para la administración de la empresa (art. 4º y 16º); en consecuencia, la ley entrega a la decisión consensual del Presidente de la República con el Senado el resolver el desafío de designar un Directorio que garantice tanto el pluralismo político-cultural como la capacidad de dirección empresarial estratégica, en un área industrial de creciente competitividad y de alta profesionalización en destrezas específicas y escasas. El logro de ambas idoneidades será la clave del éxito o fracaso de la reforma de TVN”.

¹²⁶ FUENZALIDA, Valerio; *Televisión y Cultura Cotidiana: la influencia social de la TV percibida desde la cultura cotidiana de la audiencia*; Corporación de Promoción Universitaria; Santiago; 1997; p. 238

¹²⁷ *Ibid* p. 240

¹²⁸ *Ibid* p. 254

“Los informes del Consejo Nacional de Televisión (CNTV) señalan que la TV de libre acceso es la fuente con que 80,8% de los chilenos se informa de lo que pasa en su ciudad, el 83,8 por ciento de lo que ocurre en Chile y el 74,9% del acontecer mundial. Estos índices, del año 2005¹²⁹, muestran un progresivo avance del medio televisivo, proporcional a la pérdida de influencia de la prensa escrita. Las estadísticas y estudios del propio CNTV y de las agencias publicitarias confirman que son los grupos C2, C3 y D los que dedican más horas a la televisión de señal abierta, mientras el ABC1 emigra constantemente hacia la televisión pagada, satelital o por cable”¹³⁰.

Una de las contradicciones que apunta González respecto de TVN, se refiere a que “los contenidos de la publicidad televisiva¹³¹ se orientan, al igual que en la prensa, al segmento ABC1” mientras que la programación del canal tiende a “popularizarse con una constante apelación, incluso en los noticieros, al sensacionalismo y al escándalo, en desmedro de la información cultural e internacional”. Sin embargo, recalca que sería injusto acudir a una explicación del “empobrecimiento de los noticieros” a “una supuesta opción por las audiencias de los estratos de consumidores de más bajos ingresos”¹³².

Lo que indicarían las personas específicamente sobre el ordenamiento de la “oferta” de TVN es que el “72,4% de los chilenos considera insuficiente la cobertura de temas ambientales. También califican de insuficientes las coberturas de asuntos comunitarios o locales (68,2%), de ciencia y tecnología (71,2%) y de arte y cultura (73,8%). En cambio, ven como excesivas las coberturas temáticas de política y gobierno (66,6%), de fútbol (40,2%) y de asuntos policiales y de delincuencia (40,2%)”¹³³.

¹²⁹ CNTV. <http://www.cntv.cl>

¹³⁰ González, Gustavo. “Medios de comunicación en Chile bajo el signo de la concentración”. *The Media in Latin America*. Open University Press. McGraw-Hill Education. 2008. p.14

¹³¹ Según ANDA, la televisión de libre acceso se lleva 56,27% de la “torta publicitaria”, porcentaje que en 2004 se dividió en 17,60% para la Corporación de Televisión de la Universidad Católica, 15,67% para Megavisión y 13,07% para Televisión Nacional. Les siguen Chilevisión, con 4,81%; La Red, con 4,61% y, por último, con 0,52%, el canal de la Universidad Católica de Valparaíso en González. p. 14.

¹³² GONZÁLEZ, Gustavo. *Op. cit.* p.14

¹³³ *Ibid.*

TVN y el Modelo de Servicio Público

Pero es preciso revisar una cuestión central en la literatura de Fuenzalida en relación a TVN: su carácter de “modelo” de televisión pública, la denominada “Televisión de Servicio Público”. Este aparece luego de una serie de discusiones durante los años 80 y junto con el advenimiento de los Gobiernos Civiles en Chile. Logra ponerse en movimiento una “provocativa filosofía” expresada en su nuevo estatuto: “la competitividad en calidad profesional y la autonomía financiera de la empresa constituyen el fundamento material para su independencia política del Gobierno y de otras instituciones, y posibilitan el pluralismo ideológico-cultural y una información útil a los intereses nacionales; así mismo, son las condición para la modernización hacia la administración profesional y tecnificada”¹³⁴.

Esta idea, que comienza a levantar un paradigma televisivo, reforma TVN luego del Régimen Militar; a través de su administración sanea económicamente a la estación, la convierte en una “empresa autorresponsable de su financiamiento y su desarrollo industrial”. Del mismo modo, su *rating* también logró posicionarla como altamente competitiva y los estudios cualitativos que alimentan la opinión de Fuenzalida indicaban que “TVN goza actualmente de credibilidad en sus servicios informativos, y de prestigio de calidad para diversas producciones propias”¹³⁵.

Ahora bien, ¿qué es lo que constituiría lo esencial de ese “Servicio Público”? esto es lo determinante para comprender el “modelo” propuesto por Fuenzalida y que estructura la labor de TVN desde los Gobiernos Civiles.

En primer lugar, Fuenzalida caracteriza la disputa desde la que emerge su propuesta, pues, tal y como sucedió con la BBC en términos de su historia, el concepto cambia según cuándo y quiénes lo interpreten. De aquí partimos poniendo sobre la mesa a “los

¹³⁴ FUENZALIDA, Valerio; *Televisión y Cultura Cotidiana: la influencia social de la TV percibida desde la cultura cotidiana de la audiencia*; Corporación de Promoción Universitaria; Santiago; 1997; p. 239

¹³⁵ *Ibid* p. 239

políticos –Gobierno y Parlamento: Oposición y Oficialismo–”, quienes “desean que TVN les dedique amplio tiempo en pantalla”, de lo que desprende el autor que “destacar la información política otorgándole largos espacios televisivos para representar los debates y la competencia leal al servicio de la vida cívica, y prestigiar la Política con sus instituciones, sería la contribución social prioritaria de una TV de Servicio Público...

“La Escuela clama por un uso escolar de la TV para remediar las deficiencias de la enseñanza y mejorar la calidad de la educación. La mejoría en la calidad de la enseñanza escolar sería, entonces, el ingrediente sustantivo en una TV Pública...

“Las Iglesias cristianas acusan a la TV, de modo general, de erosionar sus mensajes. El refuerzo de la vida religiosa y moral sería una contribución fundacional exigida a la TV Pública...

“Quienes aprecian como un bien social la diversidad cultural y la tolerancia valórica privilegiarán en TVN una programación con amplios espacios para la expresión de miradas nuevas, o disidentes y contestatarias de los valores tradicionales...

“Los representantes de la Alta Cultura quieren una TV que incentive la lectura y el gusto por las Bellas Artes. Para ellos, la expansión de la cultura ilustrada sería el Servicio Público que debería prestar TVN al país”¹³⁶.

Y, por otro lado, en los sectores no-corporativos, habrían grupos “ideologizados” en la opinión de Fuenzalida, “nostálgicos de una información propagandística de sus intereses y descalificatoria de sus adversarios”¹³⁷. Así se caracteriza que no hay un concepto, sino una disputa tras el sentido que debe otorgarse a la TV Pública.

Lo que intenta satisfacer Fuenzalida es una “búsqueda de un servicio plural orientado hacia los intereses generales de todos los chilenos”¹³⁸. En función de todo lo abordado,

¹³⁶ *Ibid* p. 242

¹³⁷ *Ibid* p. 247

¹³⁸ *Ibid* p. 240

“y en concordancia con la reforma de TVN y en la Política Editorial de la estación” propone en 1997 que “la utilidad social para Chile de TVN en los próximos años debería actualizarse a través de dos grandes ingredientes programáticos. Una información útil al crecimiento del país; y un aporte educativo-cultural para el desarrollo de la calidad de vida”¹³⁹.

Parte de ello, diría relación con la entrega de “información plural y balanceada” sobre lo cual, “el juicio de la audiencia y de los comentaristas de televisión indica que en lo sustantivo este objetivo se ha logrado”. Esto es respaldado con los datos que indican que TVN, hacia el año de la publicación, era el canal de “mayor oferta informativa noticiosa (4 ediciones de 24 Horas con 3 horas diarias de Lunes a Viernes; el siguiente canal ofrece sólo 2 horas diarias)”, a la vez que es el canal que cuenta con más programas de discusión de “asuntos públicos”. Agrega Fuenzalida que los “estudios de audiencia” también arrojan como resultado que TVN es percibido como “la estación chilena con mayor preocupación por ofrecer programas relacionados con la vida pública (*Sin Protocolo, Mano a Mano, En Tabla, Vox Populi, Agenda País, Figura y Fondo, Especiales con motivo de candidaturas y de elecciones, etc.*)”¹⁴⁰.

Detrás de la defensa del “pluralismo” y su búsqueda por “ser ampliado y positivizado”, se anida la visión de mundo que indica que, en el contexto histórico de la post guerra fría hay “mayores consensos políticos”, cuestión que ha “relativizado los debates ideológicos” y que, además, “la inserción en la economía global establece desafíos que también relativizan los conflictos políticos internos”. Esto genera la aparición del viejo argumento económico: “una presencia comunicativo-cultural chilena... comienza a ser apreciada por el sector empresarial exportador”¹⁴¹.

Luego, se produce un viraje respecto del “significado tradicional de la información noticiosa” que se centraba en “fuentes oficiales” para ahora orientarse hacia “el desinterés por la vida política y la demanda por un mayor hueco de lo cotidiano,

¹³⁹ *Ibid* p. 246

¹⁴⁰ *Ibid.*

¹⁴¹ *Ibid* p. 248

temática que tradicionalmente estaba excluida de los noticiarios”. Lo que genera una escandalización de los “puristas” ante la “inclusión de reportajes magazinescos cotidianos al interior de los informativos”. Se hacen visibles elementos fundamentales del modelo “de Servicio Público”¹⁴².

Las funciones de la televisión pública desde los modelos europeos de “informar, educar y entretener” mantienen un anclaje social en términos de la expectativa de su cumplimiento. Sin embargo, las audiencias esperan cuestiones distintas del colegio y “las agencias de socialización” a la televisión. La expectativa se vuelca sobre la obtención de herramientas “para enfrentar su propia vida cotidiana”¹⁴³. De aquí se reconoce una “oportunidad” –que este ensayo evalúa como aprovechada por parte de TVN– para “desarrollar una programación con los diversos géneros habituales de la TV con una concepción educativa actualizada, adecuada a las potencialidades del lenguaje televisivo, y consistente con las expectativas y necesidades de la audiencia”¹⁴⁴.

Porque es fundamental comprender que “la audiencia resignifica como educativas y aprecia algunos programas (o segmentos de programas) de TV que presentan el protagonismo que desarrollan muchos grupos para superar la pobreza y mejorar su calidad de vida”. Esto, a causa de que la audiencia “aprecia reconocerse en tales testimonios y situaciones. Se valora el esfuerzo y se identifica con la emoción ‘épica’ de tales acciones”¹⁴⁵ tal y como se sugería en las ya citadas palabras de Ferry y las de Rincón.

La valoración educativa despertaría “sentimientos de admiración y solidaridad” en el público, cuestión que, a su vez, generaría “importantes actitudes de mayor autoestima, dignidad y autoconfianza para enfrentar la resolución de sus adversidades y de sus carencias”. Esto es gatillado por un fenómeno poco desarrollado por Fuenzalida, el “protagonismo social”, y orientar la televisión en esa dirección, “educar hacia esa

¹⁴² *Ibid.*

¹⁴³ *Ibid* p. 249

¹⁴⁴ *Ibid*

¹⁴⁵ *Ibid.*

actitud... es clave para generar una cultura del desarrollo, y constituye una oportunidad en TVN de un Servicio Público televisivo actual y necesario para Chile”¹⁴⁶.

Los géneros más adecuados para lograr estos objetivos en la impresión del público serían los reportajes, los magazines y las telenovelas, “géneros habitualmente desprestigiados por el racionalismo como únicamente lúdicos, de entretención ligera, o ficción distractiva, en incluso ‘alienantes’”¹⁴⁷.

Por ello, en la terminología de Fuenzalida, una televisión que presta un “Servicio Público” necesariamente se juega esa condición en ser “útil para la audiencia”. Para ello, debe trabajar “con un conjunto de géneros y programas diversos; es decir, no existe UN programa ideal para los niños, o para las mujeres o para los jóvenes”¹⁴⁸; en definitiva, se juega en la parrilla programática.

La propuesta de Fuenzalida, entonces, se trata de que el Servicio Público en pantalla se juega en la programación “con información político-cultural plural” que contribuya al crecimiento económico del país, en relación con un “ingrediente educativo” orientado a construir una “cultura del protagonismo social” y que tenga un carácter “útil” para mejorar la vida cotidiana; todo ello con una constante de alta sintonía, para poder auto sustentarse en el mercado.

Pues aquello a lo que se le suele denominar una demanda por la “frivolización” de TVN de parte del público, no sería otra cosa que una “expectativa que le sirva educativamente para enfrentar sus carencias y mejorar sus condiciones de vida”. Ciertamente, el concepto de “educativo-cultural” se transforma y, en el caso de la TV no estaría relacionada con las escuelas ni con la estructura formal, ni con “debates conceptuales o académicos, ni con Alta Cultura”, porque esa responsabilidad es otorgada a otras instituciones en la propia expectativa¹⁴⁹.

¹⁴⁶ *Ibid* p. 250

¹⁴⁷ *Ibid*.

¹⁴⁸ *Ibid* p. 251

¹⁴⁹ *Ibid* p. 255

Esta diversificación del concepto educacional-cultural respecto del tradicional, se sustenta, a la vez que en la expectativa de la audiencia (que es lo que se ha abordado hasta ahora), en la “peculiaridad semiótica específica” de la televisión, que Fuenzalida denomina “lenguaje lúdico-afectivo” contrapuesto al solemne y racional. Es decir, la audiencia se relaciona más afectiva que conceptualmente con la oferta televisiva y el lenguaje audiovisual desarrollado “es menos eficiente que el lenguaje verbal para el análisis, la abstracción y la conceptualización”¹⁵⁰.

De este modo, emerge “una forma de conocimiento menos analítico-conceptual y más afectivo-experencial, es decir más a través de géneros lúdicos que exhiben situaciones concretas de vida y modelos ficcionales o reales, con quienes se entablan relaciones afectivas positivas y negativas, de interés, curiosidad, apatía, agrado, o desinterés, malestar, rechazo, etc”¹⁵¹.

Es por estos motivos que resulta fundamental revisar cuáles son los criterios que TVN se ha dado a sí mismo para tomar decisiones respecto de su parrilla programática. Revisaremos, pues, las “Orientaciones Programáticas de TVN 1997” que es el documento que normó el quehacer del canal estatal durante el período estudiado pero que, a su vez, resulta la síntesis intelectual del trabajo que se llevó a cabo desde la vuelta a los gobiernos civiles.

Orientaciones Programáticas de TVN 1997, síntesis de un período

Intentaremos realizar una síntesis de los ítems más relevantes del documento elaborado durante la Dirección Ejecutiva de René Cortázar, quien posteriormente fuera Ministro de Transporte y Telecomunicaciones durante el Gobierno de Michelle Bachelet y actualmente se prepara para desempeñarse como mandamás de Canal 13, luego de su venta al grupo Luksic.

¹⁵⁰ *Ibid* p. 251

¹⁵¹ *Ibid* p. 256

El texto “ofrece un conjunto de orientaciones y pautas de comportamiento para quienes trabajan en TVN” cuyo propósito es “señalar los principios básicos, criterios y procedimientos que permitan tomar decisiones en situaciones concretas, de acuerdo a la Política Editorial” y que fue aprobado por su Directorio para ser asumido “por todos quienes trabajan en el Medio... directores de programas, productores, ejecutivos y editores periodísticos”¹⁵².

La política editorial de TVN destaca su propósito de “impulsar un modelo de televisión pública cuyo objetivo principal sea servir de manera pluralista a todos los chilenos”, cuestión que pasa por “promover la identidad nacional, la tolerancia; resaltar el valor ecológico de la protección del medio ambiente... respetar la dignidad de las personas y los principios incluidos en la Declaración de los Derechos del Hombre de las Naciones Unidas y los pactos internacionales; proteger a la familia; estimular la formación espiritual en intelectual de la niñez y la juventud”¹⁵³.

A nivel de contenidos programáticos, se señala el “equilibrio” como valor, destacando que es el “principal instrumento de desarrollo de la concepción pluralista” de TVN tanto “en el conjunto de su programación como al interior de cada programa o serie identificable de programas”. En específico, se refiere a “diversidad valórica, política, cultural, etaria, religiosa, regional, etc.”¹⁵⁴.

Un ítem relevante se refiere al tratamiento de menores de edad, en donde se señala que “ningún menor de edad puede ser sometido a aflicciones, ridículo o explotación”, pues “tienen derechos básicos que no pueden ser transgredidos”¹⁵⁵.

En relación a las “minorías”, se señala como “principio rector” la “no discriminación de las personas y grupos en razón a su sexo, ideas o creencias”. Por ello, la política es

¹⁵² TVN. *Loc. Cit.*

¹⁵³ *Ibid.* p. 18.

¹⁵⁴ *Ibid.* p. 45.

¹⁵⁵ *Ibid.* p. 53.

salvaguardar que sean expresadas las “opiniones de los grupos minoritarios de la sociedad” siempre y cuando se evite “la sobrerrepresentación de la minoría”¹⁵⁶.

Resulta pintoresca la alusión a “la mujer” como subtítulo del documento. TVN declara que “adhiera al principio de igualdad de derechos y oportunidades entre el hombre y la mujer” y, en consecuencia de esta adhesión voluntaria “se procurará promover una cultura de no discriminación y la plena incorporación de la mujer a las diversas actividades y responsabilidades dentro de la sociedad. Por lo tanto, se evitarán los estereotipos y prejuicios que tiendan a dañar su condición”. TVN valorará a la mujer “como trabajadora o profesional con calificación, autoridad y habilidades” y, en cambio, evitará “la imagen de que ciertas actividades son exclusivamente para hombres y otras para mujeres”¹⁵⁷.

Sobre la entrega de criterios para abordar la “violencia”, la política editorial de TVN fija la “promoción de la paz” como objetivo central y permanente. Se preocupa de la promoción de los “valores de la convivencia pacífica, la tolerancia y el entendimiento en las relaciones interpersonales o de grupos, excluyendo la violencia como solución de los conflictos tanto en la vida social como individual”. Pero, en la medida en que la violencia “forma parte de la vida cotidiana”, no es ignorable dentro del “contenido programático”. Por tanto, su exhibición “ya sea física, verbal o psicológica” es de “preocupación pública” y “corresponde a editores y a quienes están involucrados en las tareas de planificación, producción y programación” la responsabilidad sobre el grado de violencia exhibido, su carácter, la forma y el tiempo que tome¹⁵⁸.

Para el caso de los programas periodísticos, se indica que “La violencia puede ser parte de las noticias. Sin embargo, se debe proceder con respeto ante el dolor y la sensibilidad de las personas”¹⁵⁹.

¹⁵⁶ *Ibid.* p. 55.

¹⁵⁷ *Ibid.* p. 59.

¹⁵⁸ *Ibid.* p. 61.

¹⁵⁹ *Ibid.* p. 62.

En relación al siempre controversial tema del sexo, TVN en primer lugar se distancia de la pornografía, en tanto ilegal, entendida esta como “la explotación de imágenes sexuales obscenas o degradantes”. La inclusión de sexo en pantalla será “válida” si aparece “dentro del contexto programático y no hiere la sensibilidad de los telespectadores. Los temas referidos a sexo deben ser tratados con discreción”. Además, entre otros, deberá ajustarse al criterio del “respeto por las personas y las relaciones de pareja”; “adecuar... a la audiencia de los diferentes horarios”; “en relación a la homosexualidad y otras conductas sexuales, dar especial atención a la forma en que se trate, evitando cualquier apología o caricaturización”; “hacer la advertencia necesaria” en caso de que se presuma algún tipo de ofensa posible para algún tipo de grupo; “cuando una noticia o información involucra aspectos sexuales, no debe ser tratada en función de ese único elemento el criterio general es procurar un balance entre el respeto a la audiencia y el apego a la realidad”¹⁶⁰.

Cuando se trata de la acumulación de riqueza, la categoría que se utiliza es digna de mucha atención. Corresponde a “Empresas y Fe Pública”. En ella se fija como preocupación que el mal trato televisivo de las empresas “pueden tener efectos difíciles de contrarrestar sobre la imagen, prestigio y valoración patrimonial de empresas o instituciones, o sobre la valoración de la calidad de los productos, todo lo cual termina afectando su fe pública”¹⁶¹.

Por ello es que se definen una serie de criterios, de los que extraemos los más expresivos respecto de la centralidad de este ensayo. Por ejemplo, un criterio es que “el profesional encargado de la información debe tener total independencia respecto de los hechos, las personas y las instituciones involucradas” y se salvaguarda que “los afectados deben tener la oportunidad de expresar su posición. Si se niegan a hacer declaraciones, hay que explicitarlo en la misma información” y se debe consignar si es que hay una excepción o un comportamiento sistemático de parte de la empresa. Finalmente, también, la decisión última la debe tomar el responsable del área¹⁶².

¹⁶⁰ *Ibid.* p. 65.

¹⁶¹ *Ibid.* p. 67.

¹⁶² *Ibid.* p. 74.

Las definiciones valóricas que emergen de la visión política que TVN ha decidido echar a andar desde sus orientaciones programáticas quedan claras en el ítem político, pero no es distinto de lo que ya revisamos sobre todo en minorías, empresa, mujer y violencia. La idea es que “el pluralismo político, social y cultural” orienta el quehacer de TVN sobre todo cuando se trata de “asuntos públicos”, dado que “el funcionamiento adecuado de un sistema democrático requiere que el público esté informado de la posición y de las propuestas de los distintos partidos y grupos de opinión”¹⁶³.

Para efectos de invitar a programas particulares “la elección de los políticos para participar... dependerá de su temática. En todo caso, lo fundamental será que el tema del programa sea tratado con profesionalismo, profundidad y respeto”. Se deberá salvaguardar a “lo ancho de la programación” y a lo “largo del tiempo” el “equilibrio pluralista”. “En los noticiarios y otros programas de corte periodístico, también hay que procurar que la presentación de las visiones políticas guarden relación con la importancia de los partidos, grupos de opinión o movimientos para evitar la sub o sobrerrepresentación”¹⁶⁴.

Los criterios fundamentales para diferenciar lo permitido de lo no permitido dicen relación con “dar espacio a las organizaciones que tengan relevancia pública y que respeten las reglas de la convivencia democrática”, resguardar la “ecuanimidad en su conjunto” del programa, la “objetividad” de “forma” y “fondo” y elegir las entrevistas con arreglo a los objetivos¹⁶⁵.

Para la invitación de políticos, opera la lógica de la contingencia y la asociación partidaria. “En temas políticos controvertidos en torno a los cuales los partidos se diferencian claramente, se debe seleccionar a voceros de conocida identificación”; y

¹⁶³ *Ibid.* p. 79.

¹⁶⁴ *Ibid.*

¹⁶⁵ *Ibid.* p. 80.

cuando el conflicto no sea entre partidos, se invitará a los “representantes de las posiciones en conflicto”, ellos garantizarán “el equilibrio pluralista”¹⁶⁶.

“Seguridad nacional” y “terrorismo” ofrecen un alto contenido ideológico. El primero asume la posición del Estado, su “defensa nacional y la integridad territorial”. Para ello será, sobre todo, relevante el carácter oficial que revista la información, es decir, “es importante incluir fuentes oficiales relacionadas directamente con el tema o asunto”. Por este motivo, como en otros casos, “la decisión de difundir noticias delicadas sobre la seguridad nacional recae sobre la autoridad responsable del área”¹⁶⁷.

Cuando se habla de terrorismo, se le justifica, sobre todo, por el “interés público” que representan al afectar a la comunidad y porque “el silencio fomenta los rumores y puede incitar a peores situaciones”. Aquí, fuera de los criterios más relacionados con efficientar la seguridad, por ejemplo, “comprobar la veracidad de amenazas de bombas”; “informar a la mayor brevedad a las autoridades policiales” y dar a conocer las medidas adoptadas por ellas; orientarse a “alertar a las eventuales víctimas”, etc. se destacan otros de carácter mucho más ideológico como “limitar la difusión de comunicados de grupos terroristas a los datos con valor informativo” y, sobre todo “evitar el empleo de términos usados habitualmente por los terroristas para referirse a sí mismos”; “atribuir a sus autores el lenguaje, la terminología y las citas de los terroristas”; “evitar las entrevistas a terroristas, salvo que tengan justificación editorial muy fuerte y se utilicen brevemente. En el caso que se hicieren, preocuparse de que el terrorista no quede como héroe o con una valoración positiva frente al público”. Se destaca como central “evitar la emisión de consignas o exhortaciones propagandísticas o cualquier expresión o gesto que pudiera dar la impresión de legitimidad”¹⁶⁸.

La violencia, de todos modos, será una preocupación transversal de TVN. Presente en el acápite “programas dramáticos infantiles” entrega el imperativo del cuidado “cuando se trate de la exhibición de escenas de violencia o se aborden temas que requieren de

¹⁶⁶ *Ibid.*

¹⁶⁷ *Ibid.* p. 87.

¹⁶⁸ *Ibid.* p. 97.

una debida orientación”, de modo que el criterio será “evitar escenas que contengan conductas que provoquen daño u que puedan ser copiadas por los niños” y “evitar que personajes admirados por los niños recurran a la violencia como una forma de resolver conflictos que tengan algún tipo de solución”¹⁶⁹.

Idéntico en el caso de las “películas y series” que se refiere a las que corresponden a producciones ajenas al canal, para las que se señala que “no obstante las normas establecidas por el Consejo de Calificación cinematográfica y del Consejo Nacional de Televisión, TVN deberá evaluar en cada caso el contenido y la forma del material que proyecta exhibir a la luz de sus propios criterios editoriales”, cuestión que se reduce a que “la violencia no sea un fin en sí misma, sino un ingrediente legítimo de la trama”; “evitar la espectacularización de la violencia”; “la degradación de mujeres y niños como resultado de violencia debe ser tema de especial consideración” y evitar también “la truculencia cuyo propósito sea de ‘choquear’ a la audiencia”¹⁷⁰.

De modo un tanto distinto, las “películas de acción –westerns, policiales, bélicas, karate y otras– se rigen por convenciones aceptadas por las audiencias, que están libres de muchas de las restricciones aplicables a otros géneros de ficción. No obstante este convencionalismo, es necesario respetar las normas generales tendientes a evitar la violencia innecesaria”¹⁷¹.

La última categoría normada a la que acá se acudirá corresponde al “humor” que se norma para evitar “los excesos y la vulgaridad” por su carácter potencialmente ofensivo. Corresponderá “respetar la sensibilidad de sectores que se encuentren en situaciones de impedimento o debilidad” y “no ridiculizar al público que participa en el programa o a personas que aparezcan en imágenes pregrabadas”¹⁷².

¹⁶⁹ *Ibid.* p. 113.

¹⁷⁰ *Ibid.* p. 117.

¹⁷¹ *Ibid.* p. 118.

¹⁷² *Ibid.* p. 121.

Criterios ejecutivos: visibilización de una ofensiva

Como se puede observar, en términos estrictos, el manual que explicita las orientaciones programáticas funciona como una suerte de gran “paraguas” que delimita aquello que queda dentro de la programación respecto de aquello que queda fuera de ella. Sin embargo, no es posible comprender el ejercicio de la programación de TVN sin revisar en palabras de algunos de sus protagonistas, cuáles son los criterios que se vuelcan en lo cotidiano sobre el despliegue programático del canal, cuál es el discurso que lo atraviesa, etc.

Se exponen intervenciones realizadas por algunos de los protagonistas del proceso de programar y elaborar la parrilla programática de TVN en el período en el que Ricardo Lagos Escobar fue presidente de la República y pareciera que dan cuenta de un pasaje más ofensivo respecto del llamado informalmente “manual Cortázar” (las orientaciones programáticas).

Jaime de Aguirre, quien fuera director de programación de TVN durante once años, (1991, 2002) y actualmente se desempeña como director ejecutivo de Chilevisión, parte definiendo que “los canales de televisión... son el rostro de sus dueños. Si hoy un canal público como TVN, que tiene una carta de programación de tal o cual manera, es el resultado o la ecuación o la balanza entre el público que le da el favor o no y el dueño, digámoslo, el Estado de Chile”¹⁷³.

De esa definición fundamental, de parte de quien vivió el proceso completo en la década de los noventa del pasaje de TVN de ser un canal “de Gobierno” a uno “de Estado”, emergen muchos matices. Por ejemplo, que la televisión es “una carretera de doble vía, en la cual hay alguien que quiere transmitir un mensaje y otro que decide recibir o no este mensaje, y en esa mezcla dialéctica, en esa tensión dialéctica, se construyen los contenidos de televisión”¹⁷⁴.

¹⁷³ DE AGUIRRE, Jaime. “Una visión desde adentro”. *Televisión y Cultura, una relación posible*. Santiago, Ediciones LOM. 2007. Editores, Eduardo Carrasco y Nancy Rampaphorn. p. 123.

¹⁷⁴ *Ibid.* p. 122.

Quien fuera por un poco más de quince años miembro de la gerencia de programación de TVN, Juan Carlos Altamirano, sentenció en un debate organizado por Fucatel, dirigido por Manuela Gumucio hacia el año 2003 que “los conceptos como cultura, educación e información no se contraponen. No existe una separación entre cultura, información y educación, por un lado, y por el otro, entretención, diversión, ficción, etc. Por el contrario, son nociones que permanentemente están articulándose”¹⁷⁵.

De aquí que intente superar la disquisición entre “cultura popular” y “alta cultura”. Reconociendo que desde “las elites, ‘cultura’ se relaciona con diversas escuelas y tendencias de la tradición racional-iluminista. Todo aquello que no es intelectual ni recoge tradiciones del pensamiento racionalista, humanista y cristiano es considerado como ‘incultura’ ”. Y “desde la televisión... existe también un rechazo a lo intelectual y a la alta cultura, y eso uno lo vive”¹⁷⁶.

Entonces, destaca programas como *Mea Culpa* que en los grupos socio económicos C3, D y E “en los más diversos estudios” se recepciona como “programa educativo”. También se refiere a la función que ha desempeñado la telenovela, formato que “te entrega valores, que te entrega enseñanza, que te entrega contenido”¹⁷⁷.

Sobre ello, cabe recalcar que la producción telenovelística, durante el período que se menciona, da cuenta de una preocupación específica acerca de la identidad cultural chilena, fundada en una serie de elementos ya revisados a nivel de la política cultural y que se pueden visibilizar revisando las teleseries que pasaron por la parrilla durante el período.

¹⁷⁵ ALTAMIRANO, Juan Carlos. *Tendencias de la Programación ¿Cumple la Televisión chilena las promesas de educar, informar y entretener?* Santiago, Transcripción Debate “Provocaciones 1”, FUCATEL. 2003. p.13.

¹⁷⁶ *Ibid.* p. 12.

¹⁷⁷ *Ibid.* p. 27.

Año	Primero Semestre	Segundo Semestre
2000	Romané	Santo Ladrón
2001	Pampa Ilusión	Amores de Mercado
2002	El Circo de las Montini	Pura Sangre
2003	Puertas Adentro	Pecadores
2004	Los Pincheira	Destinos Cruzados
2005	Los Capo	Versus

Romané era una historia de gitanas, ambientada en Mejillones, con la participación de un sacerdote que, se sugiere, se enamora de la protagonista. *Pampa Ilusión*, trataba de la vida en las salitreras del norte de Chile en 1935, un personaje importante era mujer y, a causa de ello, no podía ejercer como médico y se disfrazaba de hombre, se visibilizaba la dominación inglesa de entonces a partir del autoritario personaje de *Mr. Clark*, dueño de la mina. *Amores de Mercado* se ambientaba en la Vega Central, y recreaba ese mundo paradigmático para la vida metropolitana. *El Circo de las Montini*, la vida de una familia consagrada al funcionamiento de su circo, cuestión tradicional en Chile. *Pura Sangre*, la vida que gira en torno a los hipódromos. *Los Pincheira*, relataba la mítica historia de los cuatreros de la séptima región, etc.

Se trata de un desarrollo de las diversas identidades que cruzan el país, a nivel regional, étnico, ocupacional e histórico.

Ahora bien, Altamirano también destaca que “a un canal público como TVN, tú no le puedes pedir... que te resuelva los problemas educacionales y escolares donde tú vives... y me parece lo mismo que la televisión pase a reemplazar la universidad o que la televisión sea el ente moralizador que pase a reemplazar a la Iglesia, etc.”¹⁷⁸.

En el mismo debate, el sacerdote Antonio Delfau, director de la revista jesuita “Mensaje” interpeló a los ejecutivos de presentes de TVN, opinando sobre uno de los programas que en ese entonces aparecía como un programa muy experimental y que hoy conocemos cómo internacionalizó su experiencia y también la llevó al cine: 31 Minutos.

¹⁷⁸ *Ibid.* p. 44.

“Televisión Nacional, tiene un programa infantil que se llama 31 Minutos, que comenzó en un horario marginal, no tuvo el lanzamiento de marketing, ni con gran presupuesto. Y ha tenido un éxito de ventas y de *rating* espectacular”. A esto agrega que “es un ejemplo de innovación televisiva que compatibiliza calidad y rentabilidad. Su receta: creatividad, convicción, autenticidad, novedad; y una acertada interpretación de las demandas de la audiencia. Una mirada aguda, sutil, simple y positiva. Que usa el desarrollo inesperado y el absurdo. Es un programa de contenido educativo y valórico. Pero, no porque hable del bien y del mal, tanto; sino, porque plantea la posibilidad de equivocarse, como algo propio del ser humano, la auto-aceptación. Y los personajes, entonces, son queribles, universales, perdonables. Son anti-héroes. El programa no tiene efectos especiales, son títeres sencillos y hasta feos. Y sin embargo, interpreta plenamente las demandas de la audiencia”¹⁷⁹.

Carmen Gloria López, productora ejecutiva de TVN hacia el año 2003 y responsable de la franja infantil que exitosamente debutó ese año (rápidamente “levantada” por UCTV) relata el proceso de articulación con la productora de Álvaro Peirano y Álvaro Díaz, responsable de la creación de 31 Minutos:

“APLAPLAC llegó a TVN. Presentó varios proyectos infantiles; porque quería presentarse con un canal... Hablamos muchas veces con ellos. Finalmente, llegó *La Ruta de la Caca*. Una nota hecha por un títere, que no era Bodoque en ese minuto. Y nos sentamos a trabajar con Pedro y Álvaro un fin de semana completo. TVN se subió al proyecto al tiro. Lo vio un Comité de Proyectos... y lo elegimos porque al tiro sentimos ahí que había una cuerda muy fresca que iba a ser muy potente, en el año que pasó. Y pasó lo que creímos todos ahí que iba a pasar”.

TVN prestó asesoría directa para la elaboración del proyecto para postular a financiamiento del Consejo Nacional de Televisión por “un fin de semana completo”.

¹⁷⁹ DELFAU, Antonio *Tendencias de la Programación ¿Cumple la Televisión chilena las promesas de educar, informar y entretener?* Santiago, Transcripción Debate “Provocaciones 1”, FUCATEL. 2003. p. 23.

Altamirano también se refiere en ese espacio el programa *Rojo: Fama contra Fama* (2002-2008, ocho temporadas, once generaciones de participantes, con una película estrenada el año 2006, 1.5 millones de discos vendidos, *rating* máximo 37,7 puntos y *peak* máximo de 53¹⁸⁰) al que le tocó competir en el horario juvenil con *Mekano* de Megavisión, con los últimos días de *Extrajóvenes* y *Tremendo Choke* de Chilevisión y con diversos experimentos de UCTV como *ADN: artistas de nacimiento*, pero por sobre todo con *Protagonistas de la Fama*, el primer *reality show* chileno. Enfatizó diciendo que “yo creo que Rojo junto con el programa 31 Minutos; si tu quieres, le ha permitido a una cantidad de jóvenes, participación y esmero en el desarrollo personal de todos los niños”¹⁸¹.

¹⁸⁰ http://es.wikipedia.org/wiki/Rojo_%28programa_de_televisi%C3%B3n%29, visitada en Enero de 2011.

¹⁸¹ ALTAMIRANO, Juan Carlos. *Op. cit.*; p. 44.

CAPITULO 4: conclusiones

Lo más relevante para recapitular es enfatizar el proceso de transformación del carácter del Estado en Chile. Este mismo en la década del noventa ha desarrollado una política desde los gobiernos de la Concertación que ha reconocido el cultural como campo de disputa, de construcción de visiones de mundo.

Por ello ha dispuesto de una serie de instrumentos y mecanismos que se enmarcan de una transformación institucional compleja, que genera algo no menor que un ministerio que se ocupará de este ámbito, el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, cuestión absolutamente novedosa para la historia del país.

Se trata, entonces, de reconocer la cultura como dimensión de la vida que puede ser modificable, debilitable y reforzable, perfilado siempre en el mediano-largo plazo.

El contenido de esa política en especial en el período de Ricardo Lagos Escobar, fue “reconocer la diversidad y aumentar la conciencia de ella, fomento del pluralismo, colaborar a una práctica más activa de la tolerancia, estimular la creación y difusión de cultura de los pueblos originarios”, a partir de la idea de que “en un mundo crecientemente globalizado sólo subsistirán con genuina identidad aquellas naciones que sean capaces de aumentar su espesor cultural”.

Al mismo tiempo, se reconoce la televisión en Chile como espacio fundamental para la construcción de esa cultura, tanto a nivel de aquello que se mencionaba como su autonomía específica, como el nivel que atraviesa el conjunto de la vida social y que se refiere, por tanto, a su sustrato.

Esta afirmación tiene dos vertientes de respaldo. En primer lugar, la cuantitativa, que se refiere a la cobertura que en Chile ostenta la televisión que, junto con la radio, la hace virtualmente un medio universal según la información dispuesta por el mismo INE, por el Censo del año 2002, por estudios del propio CNTV, etc.

La otra vertiente es más cualitativa y se refiere a la televisión como espacio público social en el que se construye una identidad, se tratan temas íntimos, se generan discusiones al interior del hogar, se genera una importante crítica desde la juventud y los sectores económicos medios-bajos por las caricaturas que propone; a la vez que la televisión ofrece una narración sistemática que reemplaza el rol del abuelo como portador de la tradición oral y ofrece la posibilidad de generar un fenómeno de “protagonismo social”.

Las audiencias buscan cierta identificación que genera que las producciones locales sistemáticamente aparezcan como mucho más relevantes que las de otra naturaleza.

Cuando un canal de televisión toma la decisión de ser generalista en vez de segmentada o “de nichos”, decide hablar a distintas personas dependiendo de quién esté en el espacio en el que la televisión es estructuralmente visitada: el hogar.

Por lo tanto, un canal de televisión generalista, como TVN, identifica a una audiencia específica y moldea su discurso cuando esa especificidad es requerida (el matinal le habla a la dueña de casa, el programa de las 18.00 hrs. a los jóvenes que han vuelto del colegio, etc.); el modo en el que lo hace se juega en la construcción de su parrilla programática. Cada programa de televisión porta con un mensaje de TVN, pero pensado de modo distinto dependiendo de si en la casa hay un tipo de persona o ya ha llegado la familia completa.

En el caso específico de TVN, durante la misma década de vuelta a la democracia, de políticas culturales, de gobiernos civiles y de definición del carácter “autónomo” que tendría la estación en su dimensión financiera, pero con arreglo a un rol de “servicio público” que mantenía su pertenencia al Estado y ponía un directorio aprobado por el mundo político en la Cámara Alta; se comenzó a reflexionar en torno a los criterios que debían delimitar aquello que quedaría dentro de la pantalla y aquello que no.

A fines de la década del noventa aparece un documento que es síntesis de lo que, sobre la marcha, se iba discutiendo y decidiendo: las “Orientaciones Programáticas” de TVN. Se podría acotar que expresa la zambullida a una etapa de madurez organizacional.

Dedicaremos un párrafo a enfatizar el modo de producción de ese documento ya revisado en este trabajo.

Corresponde a un ejercicio de síntesis no centralizado. Tomó una década su escritura y de él participaron todas o gran parte de las piezas que componen el engranaje complejo que compone TVN. Esto explica que, de un modo u otro, los miembros de la casa televisiva se ponen detrás de ese documento y lo respaldan porque se sienten partícipes de él. Lo que, a su vez, significa que TVN se dio a la tarea, más que de ejercer su dominio y poder sobre sus subalternos para decidir sobre sus notas informativas, preguntas de entrevistas, entrevistados, etc.; de construir hegemonía.

Se explica así que en veinte años no haya habido grandes sobresaltos en la línea descrita.

Entonces, ese documento al que en la informalidad se le refiere como el “manual Cortázar” está impregnado sobre todo por un carácter distintivo de la transición política, sobre cómo entender el ejercicio de la TV. Propio de ello es el principio de recuperación del “entendimiento cívico” que aparece en tal documento, cuestión que trae aparejado que lo más normado en el ámbito televisivo, deben ser precisamente los programas que involucren “políticos” y que, por tanto, pueda generar un atentado contra el necesario “equilibrio” de la transición del Gobierno Militar a los gobiernos civiles.

De ahí los criterios de derecho a réplica, de invitar a un miembro de una coalición política y, al programa siguiente, al contrario, etc. la idea, en rigor, de los “equilibrios programáticos” tanto a nivel del programa mismo en cuestión, como de la serie de

programas que se emiten. Este fue el modo concreto de entender que el “pluralismo” sería su herramienta.

Caben dentro de esta categoría también los apuntes que se realizan sobre la “promoción de la paz” que debía orientarse hacia la construcción de una convivencia pacífica, entendida ella como tolerante y dentro de unos marcos de entendimiento que dejaban a la violencia como ilegítima, como imposibilitada de resolver conflictos en el discurso del canal.

Cuestión similar con la “seguridad nacional” y el “terrorismo” que, asumiendo parte de la posición de la policía, a partir de una suerte de razón de Estado, se preocupó de velar explícitamente por que no se produjeran desórdenes de modo genérico. Este carácter genérico otorgado al desorden público se expresa en la estrategia ideológica de combatirlo, que se refiere a la negación de la terminología, a las palabras mismas propuestas por los “terroristas” para referirse a sí mismos. La máxima concesión sería dejar sus palabras a ellos, indicar explícitamente que son las palabras que el género terrorista usa para referirse a las cosas, no de la gente de orden.

Propio de aquello que uno podría mencionar como del carácter de “transición” de estas orientaciones, dicen relación con la defensa del modelo económico, que tiene la particularidad de no ser una ideológica, sino directamente de la propiedad y los propietarios. Esto se observa paradigmáticamente en el acápite visitado “Empresa y Fe Pública” en la que, ante cualquier tipo de denuncia realizada por una investigación sobre una empresa o negocio, sería central la “protección” de “imagen”, “reputación” y “prestigio”, de modo de no alterar el buen funcionamiento de su negocio respectivo.

Al mismo tiempo, el manual ofrecía ciertos guiños “progresistas” o propios de esa agenda, referidos a la notable “adhesión al principio” de la mujer como igual al hombre.

Lo mismo con las “minorías”, sobre las cuales se advertía un principio de “no discriminación”, pero “sin sobrerrepresentar”.

Por mientras, la juventud y la infancia, debían ser protegidas de la pornografía y la violencia básicamente. Ese era el lugar desde el que se aproximaba la televisión estatal al segmento etéreo aludido, de un modo muy paternalista y limitador. Los dibujos animados o el programa *Hugo* (transmitido entre 1995 a 1998 de 17.45 a 18.00 hrs.) bastaban siempre y cuando no incitaran a la violencia.

Como se observa, el foco de atención de este momento de TVN radica principalmente en programas de corte político, con políticos de invitados e interrogados sobre temas restrictivamente políticos. Por lo tanto, se trata de los noticiarios, de los programas de reportajes como Informe Especial, etc.

Los noticiarios adquieren en este período (cuestión que tiende a mantenerse en el período siguiente) un carácter de “espacio” en el que, por un lado, se insiste en la idea de mantener cierta amistad con la labor de las fuerzas de orden público, cuestión que mantiene un buen maridaje con otra idea sugerida por Fuenzalida, que dice relación con la función de TVN de contribuir también a la estabilidad para los sectores del empresariado que la requieren para poder hacer negocios (algo así como la alianza de Diego Portales con la aristocracia criolla que le permitió a su modelo gobernar el país por sesenta años¹⁸²).

Por otro lado, el noticiario representa algo así como el espacio virtual de aquello que podría denominarse la “asamblea de la burguesía”, un espacio sin opinión más que la mencionada y nutrida de un equilibrio político programático fundacional de toda la idea de transición que se refleja en las orientaciones programáticas de la estación pública y en los documentos referidos tanto de Garretón como de Fuenzalida. Este espacio expresaba las opiniones de A, para luego contrastarlas con la de B y viceversa.

Lo que comienza a virar y hacerse nítido bajo el Gobierno de Ricardo Lagos Escobar, es que junto con una maduración de la idea de política cultural, con la fundación del

¹⁸² GÓNGORA, Mario. Ensayo histórico sobre la noción de Estado en Chile durante los siglos XIX y XX. Santiago. Ediciones La Ciudad.

CNCA, TVN abandona una disposición restrictivamente “de transición” hacia una más “ofensiva”.

Esto es lo que se observa en las intervenciones descritas de distintos ejecutivos, programadores, etc. y se expresa, sobre todo, en una nueva atención por otro tipo de programas antes abandonados en un espacio de oscuridad: los programas infantiles, juveniles y las teleseries.

Destaca en este viraje la claridad con la que Juan Carlos Altamirano se refiera al rol de la producción dramática clásica de países latinoamericanos, las teleseries, como entregadoras de “valores” y “contenido” sin ellas portar con la responsabilidad de “resolver el problema educacional”, por cierto.

Esta última intervención, ya justificada la intencionalidad de una determinada construcción cultural desde TVN y coherente con la política de Estado desplegada, abre la pregunta sobre los discursos de las teleseries en el mismo período ¿qué visión de mundo ponen sobre la mesa? ¿Hay un discurso común en ellas?

Lo que logra responder este ensayo, a partir de las intervenciones que se han revisado, es que se pueden establecer elementos fundamentales comunes, al menos, en tres espacios paradigmáticos.

Para los niños, *31 Minutos*, para los jóvenes, *Rojo: Fama contra Fama* y para el público “general” la centralidad temática de las teleseries.

En primero lugar, aquello que menciona Antonio Delfau sobre *31 Minutos*, complementado por Carmen Gloria López, abre una puerta interesantísima para la investigación, al dar cuenta, el primero, de un modo radicalmente distinto de relación infante-televisión, al construir moral sin ser moralista, entregar contenidos “educacionales y valóricos” partir de la incursión de los “antihéroes” de *31 Minutos*. Llama la atención la complacencia, en este caso, de un sector de la Iglesia Católica

sobre este programa, sin que se pueda decir que ostenta un carácter precisamente católico.

López, se refiere a la acción concertada de parte de TVN y APLAPLAC de producir y preocuparse de que fuese posible la realización de este programa al asesorar la postulación a fondos del Consejo Nacional de Televisión, dando cuenta, cuestión distinta de aquello que mencionaban las “Orientaciones...” de que los niños no sólo deben ser protegidos de la violencia, sino que hay un grupo por formar a nivel cultural, de sustrato. Por sobre todo, interesa que la preocupación por los infantes fue denotada.

Para *Rojo: Fama contra Fama*, destaca la caracterización que el propio Altamirano realiza del programa: el centro de la propuesta de modelo juvenil se sintetiza en el concepto de “esmero”, del cuidado y del esfuerzo que debían poner los jóvenes para triunfar, a propósito de la canción y la danza popular en este caso específico.

Este programa estuvo “al aire” más de seis años y tuvo ocho temporadas; obtuvo muy buenos resultados de *rating*, conquistó espacio en el horario prime para sus eventos más importantes e, incluso, su equipo realizó un largometraje¹⁸³. Es decir, podemos hablar de una propuesta de modelo juvenil que se abrió con ese espacio.

Por último, la producción telenovelística da cuenta de una preocupación específica de la identidad cultural chilena, fundada en una serie de elementos ya mencionados a nivel de la política cultural y que se pueden visibilizar revisando las teleseries que pasaron por la parrilla durante el período.

Se trata de un desarrollo de las diversas identidades que cruzan el país, a nivel regional, étnico, ocupacional e histórico. El contenido específico de su discurso ha sido y seguirá siendo objeto de estudio.

BIBLIOGRAFÍA:

ALTAMIRANO, Juan Carlos. *Tendencias de la Programación ¿Cumple la Televisión chilena las promesas de educar, informar y entretener?* Santiago, Transcripción Debate “Provocaciones 1”, FUCATEL. 2003.

BRUNNER, José Joaquín. “Televisión: negocio versus cultura”. *Foro La Televisión Actual: ¿Negocio Versus Cultura?* Santiago, Generación Empresarial, 19 de julio de 1996. En *Televisión y Cultura, una relación posible*: ediciones LOM, 2007. Editores, Eduardo Carrasco y Nancy Rampaphorn.

CNCA e INE. *Encuesta sobre Consumo Cultural y Uso del Tiempo Libre en la Región Metropolitana*. Santiago, 2004. En Gobierno de Chile. *Chile quiere más cultura: definiciones de política cultural 2005-2010*. 2005.

CNTV. “Informe 8/13: los Tweens Chilenos” de McCann Erickson, Research Chile y CNTV 2003; e “Informe 13/17: los adolescentes chilenos”. McCann Erickson, Research Chile y CNTV. 2005 (ver los tres textos en: www.cntv.cl).

CURRAN, C. *A Seamless Robe: Broadcasting - <pilosophy and Practice-* Collins. London. 1979.

DE AGUIRRE, Jaime. “Una visión desde adentro”. *Televisión y Cultura, una relación posible*. Santiago, Ediciones LOM. 2007. Editores, Eduardo Carrasco y Nancy Rampaphorn.

DELFAU, Antonio *Tendencias de la Programación ¿Cumple la Televisión chilena las promesas de educar, informar y entretener?* Santiago, Transcripción Debate “Provocaciones 1”, FUCATEL. 2003.

FUENZALIDA, Valerio. *Televisión Abierta y Audiencia en América Latina*. Buenos Aires, Editorial Norma. 2002.

FUENZALIDA, Valerio. "Audiencias televisivas y consumo cultural". *Televisión y Cultura, una relación posible*. Santiago, Ediciones LOM. 2007. Editores, Eduardo Carrasco y Nancy Rampaphorn.

FUENZALIDA, Valerio; *Televisión y Cultura Cotidiana: la influencia social de la TV percibida desde la cultura cotidiana de la audiencia*; Corporación de Promoción Universitaria; Santiago; 1997;

FERRY, Jean Marc. "Las transformaciones de la publicidad política". *El nuevo espacio público*. Barcelona, Editorial Gedisa. 2008.

FOX, E. *Televisión y Comunidad: cinco falacias*. Ceneqa. Santiago. 1986

GARRETÓN, Manuel. "Las políticas culturales en los gobiernos democráticos en Chile". *Políticas Culturales na Ibero.América*. Salvador, Editorial EDUFBA. 2008.

GOBIERNO DE CHILE. *Chile quiere más cultura: definiciones de política cultural 2005-2010*. 2005.

GONZÁLEZ, Gustavo. Medios de comunicación en Chile bajo el signo de la concentración, "The Media in Latin America". Open University Press. McGraw-Hill Education. 2008

JEFES DE ESTADOS Y GOBIERNOS IBEROAMERICANOS. VII Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y Presidentes de Gobierno Declaración de Margarita. 1997. <http://www.oei.es/viicumbre.htm#PRIMERA>, revisado el 25 de septiembre de 2010

LAGOS, Ricardo. Discurso de firma del proyecto de ley que creaba el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. 2000.

http://www.culturachile.cl/documentos/palabras_pdte.php, revisado el 23 de septiembre de 2010

LARRAÑAGA, Osvaldo. "¿Cómo y dónde viven los chilenos". *Cuánto y cómo cambiamos los chilenos. Balance de una Década*. Santiago, Censos 1992-2002, Cuadernos Bicentenario. 2003. pp. 79-85. En GOBIERNO DE CHILE. *Chile quiere más cultura: definiciones de política cultural 2005-2010*. 2005.

LULL, James. "Nuevas Conceptualizaciones". *Televisión y Cultura, una relación posible*. Santiago, Ediciones LOM. 2007.

MCDONNELL, J. *Public Service Broadcasting*. Routledge, London. 1991

PORTALES, D. *Televisión Latinoamericana: entre el burocratismo y la innovación*. ILET, Santiago. 1986

RINCÓN, Omar. "Televisión e identidades: hacia una construcción (+) diversa de la realidad". *Televisión y Cultura, una relación posible*. Santiago, Ediciones LOM. 2007. Editores, Eduardo Carrasco y Nancy Rampaphorn.

SANTA CRUZ, Eduardo. *Estudios de Comunicación en América Latina: acerca de causas y azares*. Santiago, Centro de Investigaciones Sociales Universidad Arcis. 1997.

SOUZA, María. "Televisión y Valores". *Televisión y Cultura, una relación posible*. Santiago, Ediciones LOM. 2007. Editores, Eduardo Carrasco y Nancy Rampaphorn.

TRACEY M. *A Variety of Lives: A Biography of Sir Hugh Greene*. Bodley Head, London. 1983

TVN. *Orientaciones programáticas 1997*. Santiago. 1997.

URRUTIA, Paulina; "Introducción". *Televisión y Cultura, una relación posible*. Santiago, Ediciones LOM. 2007. Editores, Eduardo Carrasco y Nancy Rampaphorn.

VILCHES, Lorenzo. "Cultura y ficción televisiva iberoamericana". *Televisión y Cultura, una relación posible*. Santiago, Ediciones LOM. 2007. Editores, Eduardo Carrasco y Nancy Rampaphorn.

WIKIPEDIA, [http://es.wikipedia.org/wiki/Rojo_\(programa_de_televisi%C3%B3n\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Rojo_(programa_de_televisi%C3%B3n)) visitada en enero de 2011.