

Intelectuales, televisión y cultura

DIEGO PORTALES CIFUENTES

Abstract

La relación entre intelectuales, cultura y televisión es una de las polémicas más agudas en la actualidad, no sólo por la separación tajante entre los dos mundos sino por sobre todo, por el papel preponderante que ha venido asumiendo la televisión en el proceso de enculturación, en detrimento del universo del libro y la academia que sigue siendo el reducto de la intelectualidad tradicional. Aquí no se propone profundizar en la separación sino buscar caminos de colaboración que le puedan agregar valor cultural a los productos televisivos.

Introducción: la legitimidad social de la cultura de masas

Algo no marcha en la trilogía intelectuales, televisión y cultura. Todos estaríamos más tranquilos si el título dijera por ejemplo: intelectuales y cultura, allí podríamos analizar las relaciones entre la producción de ideas y el fenómeno de civilización que constituye la cultura. ¿porqué, entonces, aparece este convidado de piedra: la televisión?. Más de alguno de los miembros de la comunidad de intelectuales quisiera abolir la existencia de este aparato, empresa, medio, industria, servicio, caja de sorpresas que es la televisión. Pero, no se puede; aunque quisiéramos no se puede. por eso interesa la televisión, porque está al medio y es la causa de mucha desazón. ¿Se puede hacer algo con esta trilogía? ¿algo distinto al simple menosprecio del aparato por los críticos apocalípticos del medio o el olímpico “ninguneo” de los que están en el medio con sus críticos?.

El objeto e interés

El objeto e interés de este trabajo es indagar y proponer acerca de un **nuevo mestizaje entre intelectuales y televisión**, de manera que unidos puedan hacer algo más en favor de la **cultura**.

Para unos la llegada de la televisión inicia la degradación de la cultura; en realidad de “La Cultura”, así con mayúsculas. Esa visión parte de la idea de que cultura puede encerrarse en una de sus versiones, **lo culto**, producto del trabajo creativo y las expresiones exclusivas de un grupo social frente a **lo in-culto** de otros grupos sociales marginados de lo excelso y lo bello.

“El término cultura posee dos significados. En su acepción antropológica y sociológica quiere decir que todo ser humano vive en la esfera de su cultura. Si el hombre es, como es, un animal simbólico, de ello se deriva eo ipso que vive en un contexto

El objeto e interés de este trabajo es indagar y proponer acerca de un **nuevo mestizaje entre intelectuales y televisión**, de manera que unidos puedan hacer algo más en favor de la **cultura**.

coordinado de valores, creencias, conceptos y, en definitiva, de simbolizaciones que constituyen la cultura. Así pues, en esta acepción genérica también el hombre primitivo o el analfabeto poseen cultura... Pero cultura es además sinónimo de “saber”: una persona culta es una persona que sabe, que ha hecho buenas lecturas o que, en todo caso, está bien informada. En esta acepción restringida y apreciativa, la cultura es de los “cultos”, no de los ignorantes. Y éste es el sentido que nos permite hablar (sin contradicciones) de

Vivimos un proceso de **nuevo mestizaje cultural** multinacional, multiétnico, multclasista y multimedial en el cual confluyen las expresiones de la **alta cultura** tradicional, con las **culturas populares** antes consideradas bajo el concepto de lo no culto y con la **cultura de masas** todavía despreciada, aunque está en pleno desarrollo

una “cultura de la incultura” y asimismo de atrofia y pobreza cultural”.¹ Se trata de un etno-centrismo cultural de tipo clasista o incluso de una forma sutil de racismo.

Ese es nuestro primer juicio. Porque el único punto de partida posible para un encuentro es considerar **la diversidad de las culturas**.

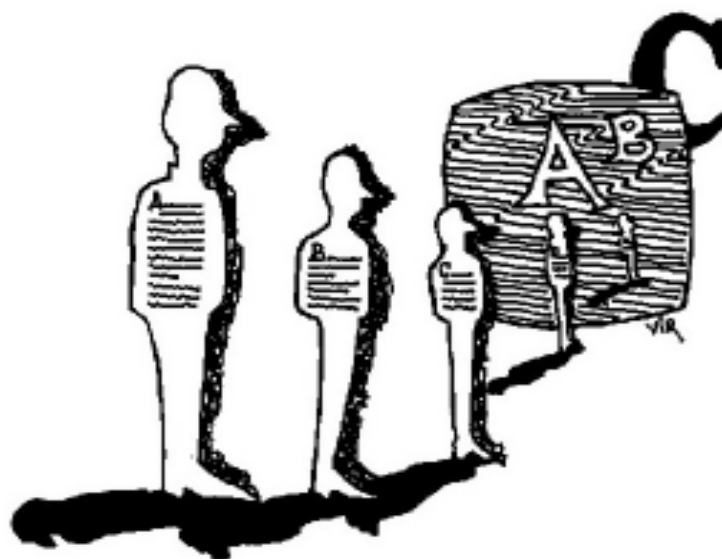
Desde diversas disciplinas científicas se ha llegado a formular y a aceptar esta visión de la historia de la cultura: lo que ayer era negado, excluido o incluso perseguido, hoy constituye la legitimidad de la pluralidad de culturas. Al comienzo esta aceptación sólo alcanzó a otras formas culturales puras, no

tocadas por la cultura occidental, esa visión positiva del folklore de otros pueblos comenzó a ganar terreno, sin perjuicio de que los occidentalistas hagan todavía escalas de desarrollo cultural entendiendo que hay culturas avanzadas y atrasadas y que éstas debieran transitar hacia aquellas en el marco de un proceso modernizador.

Un segundo paso más difícil ha sido el reconocimiento de los **mestizajes culturales**: la realidad post-colonial de las sociedades multiétnicas, los procesos continuos de migraciones poblacionales importantes y la transmisión cultural a distancia a través de medios masivos, entre otros, comienzan a mezclar en una sociedad específica distintos ingredientes de diversas procedencias, de allí surgen procesos y productos culturales nuevos. Esto no excluye la existencia de grupos sociales que tienen todavía la pretensión de la pureza cultural, los que se convierten en verdaderos **enclaves** dentro de sociedades complejas. Algunos de estos enclaves son de naturaleza puramente intelectual: se afirma la propia forma cultural como la única válida, negando o despreciando la naturaleza cultural de las otras.

El tercer paso está sólo en germen: reconocer que vivimos un proceso de **nuevo mestizaje cultural** multinacional, multiétnico, multclasista y multimedial al cual confluyen las expresiones de la **alta cultura** tradicional, con las **culturas populares** antes consideradas bajo el concepto de lo no culto y con la **cultura de masas** todavía despreciada aunque está en pleno desarrollo: *“la cultura de masas se constituye **activando y deformando** al mismo tiempo señas de identidad de la vieja cultura popular, e **integrando** al mercado las nuevas demandas de las masas... La cultura de masas no aparece de golpe, como un corte que permita enfrentarla a la popular. Lo masivo se ha gestado lentamente desde lo popular. Sólo un enorme estrabismo histórico, y un potente etnocentrismo de clase que se niega a nombrar lo popular como cultura, ha podido ocultar esa relación hasta*

¹ Sartori, Giovanni. *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Santillana. Taurus. Madrid, 1998. p.39.



*el punto de no ver en la cultura de masa sino un proceso de vulgarización y decadencia de la cultura culta”.*²

Por una parte, el etnocentrismo cultural se enfrenta a la centralidad física y masiva del aparato de televisión que lo invade todo, incluso las casas y dormitorios de los propios críticos del audiovisual. De manera que ya no se puede menospreciar el fenómeno. Sartori hace un explícito reconocimiento de ello: *“El contraste que estoy perfilando entre homo sapiens y, llamémoslo así, homo insipiens no presupone idealización alguna del pasado. El homo insipiens (necio y, simétricamente, ignorante) siempre ha existido y siempre ha sido numeroso. Pero hasta la llegada de los instrumentos de comunicación de masas los grandes números estaban dispersos, y por ello mismo eran irrelevantes. Por el contrario, las comunicaciones de masas crean un mundo movable en el que los dispersos se encuentran y se pueden reunir y de este modo hacer masa y adquirir fuerza”.*³

Por otra parte, el problema es más complejo si agregamos al debate los intereses específicos de un grupo social. La **intelectualidad tradicional** que disponía de una posición social dominante indiscutida, hoy se encuentra amenazada por lo que podemos denominar una **nueva intelectualidad** creadora de los productos culturales que llegan a esos públicos masivos. Los **realizadores**

de los programas, esos creadores colectivos de los bienes culturales que alcanzan el mayor consumo simultáneo de la historia de la humanidad son los directores, productores, editores, periodistas, animadores, guionistas, actores, músicos, fotógrafos, escenógrafos y otros profesionales del audiovisual que entran a competir en influencia social y capacidad hegemónica.

La pregunta central es entonces: ¿es posible avanzar hacia estas nuevas formas de mestizaje cultural? ¿es posible que este proceso se haga con una mutua fecundación entre las diversas partes intervinientes? ¿o se consolidará un desarrollo fragmentado de la cultura sin los necesarios reconocimientos mutuos?

Respecto de la primera pregunta cabe afirmar desde una perspectiva analítico descriptiva que el mestizaje se está produciendo de hecho y con más fuerza desde la cultura de masas hacia las formas preexistentes porque ¿cuántos son los que no ven televisión? ¿cuántos no se han visto atrapados más de alguna vez por la seducción de las imágenes, los ritmos y las historias que pasan por las pantallas?.

Asimismo, en cuanto a la segunda pregunta

² **Martín-Barbero**, Jesús. *De los medios a las mediaciones*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1987. p. 135.

³ **Sartori**, G. Op. cit. p. 145.

¿cuántos son los intelectuales tradicionales que por necesidad o doctrina han cruzado el umbral y están aportando su talento creativo agregando valor cultural a programas que buscan satisfacer las necesidades del público?.

Entonces, ¿no será posible plantearse el mestizaje como una **política consciente y proactiva** en vez de un resultado inercial de las fuerzas del mercado?. La televisión como industria-servicio devoradora de productos culturales de distintos orígenes necesita enriquecer su oferta programática recogiendo la diversidad de los talentos, incluyendo a aquella intelectualidad que proviene del campo de las bellas artes.

El tema de la calidad televisiva

Un punto de partida necesario es ponerse de acuerdo en cómo analizar culturalmente la televisión. O, al menos, ponerse de acuerdo en el desacuerdo. Esto quiere decir entender desde dónde se analiza el fenómeno.

A nuestro juicio hay al menos tres niveles en que debe analizarse la calidad de la televisión: uno es el de la programación, otro es el de los programas y el tercero es el de sus roles sociales, su relación con el público y la sociedad en general. La distinción entre programación y programas es importante: una se refiere a la calidad de la oferta global de cada estación, la que de hecho está dirigida a diferentes públicos; otra es la calidad específica de cada pro-

grama en su género. Ambas dimensiones se relacionan con la sociedad, cuáles son los propósitos de cada canal y cuáles los usos sociales que les da la gente.

Emitir un juicio sobre la **calidad de la programación** es una de las cuestiones más subjetivas y variables que pueda haber. Enfrentados a esa tarea es necesario definir criterios de evaluación mínimamente objetivos:

*“En un ambicioso proyecto encabezado desde 1990 por la NHK (la corporación pública japonesa de TV) se ha investigado por primera vez la calidad de la oferta televisiva de manera comparada: el estudio contrasta la dieta televisiva de EE.UU., Canadá, Japón, Suecia y Gran Bretaña... Tras considerar las dificultades metodológicas de desarrollar un parámetro aplicable a cualquier lugar...el equipo internacional de investigadores convocados por la NHK acordó que la **diversidad programática** era el principal criterio para evaluar la calidad del sistema televisivo”.*⁴

Para abordar ese estudio es imperioso establecer los criterios de clasificación de los programas. Al mismo tiempo, hay que establecer un eje histórico: la televisión como servicio continuo no puede ser evaluada sólo en un momento del tiempo, sino en su dinámica industrial en tanto va construyendo ciertas tradiciones programáticas, ciertos perfiles que identifican a un canal frente a otro, los cuales generan las lealtades de la audiencia, el prestigio de marca de cada empresa y su capacidad de ejercer un liderazgo comunicacional.

En cuanto a la clasificación de los programas es fundamental la noción de **género**. Los géneros televisivos son agrupaciones distinguibles de programas, pero su identificación es a menudo fuente de disparidades porque se confunden las características intrínsecas de los programas, con el público objetivo a que están destinados y con ciertas funciones sociales que se le piden a la televisión. En un trabajo anterior definimos los criterios generales que orientan nuestra clasificación

A nuestro juicio, hay al menos tres niveles en que debe analizarse la calidad de la televisión: uno es el de la programación, otro es el de los programas y el tercero es el de sus roles sociales, su relación con el público y la sociedad en general.

⁴ Godoy, Sergio. *Diversidad programática, banalidad y pluralismo en la T.V. chilena*. Cuadernos de información No 12. Santiago, 1997. p. 83.

Los géneros televisivos son agrupaciones distinguibles de programas, pero su identificación es a menudo fuente de disparidades porque se confunden las características intrínsecas de los programas con el público objetivo a que están destinados y con ciertas funciones sociales que se le piden a la televisión.

de géneros: “Por géneros culturales entendemos la variedad, en forma y contenido, que puede sostener un producto audiovisual para transmitir su mensaje. La televisión no es un género cultural, sino una industria y un servicio capaz de articular una diversidad de géneros. Los géneros culturales podemos clasificarlos en un continuo que va desde los que enfatizan formas y contenidos discursivos y racionales (documentales, informativos) hasta los que privilegian formas y contenidos expresivos y simbólicos (espectáculos y argumentales)”.⁵

En el mismo sentido, apunta otro autor: “Presumiblemente, la más fecunda aproximación a la noción de género estaría en la intersección de lo sintáctico, lo semántico y lo pragmático. El género desempeña una relación fecunda entre quien lo produce y quien lo recibe, la pragmática.. El género se revela en la intención genérica del autor, pero sólo se confirma en la interpretación genérica del lector...La dimensión semántica permitirá tipificar la producción en virtud de los contenidos temáticos y la dimensión sintáctica contribuirá a una caracterización en virtud de sus técnicas de construcción discursiva (estructura narrativa, ritmo, planificación, etc.) orientando la dimensión de la forma o formato como un rasgo tipificador; en el caso del medio televisivo, de rango equiparable con el de los contenidos”.⁶

Establecidos los géneros y clasificados los programas puede estudiarse la diversidad con base en índices estadísticos de concentración. En el estudio de la NHK se consideró un índice de “entropía relativa” que muestra la diversidad de géneros en una escala que va de 0 a 1, en que el 1 representa el máximo de diversidad. De los países analizados el sistema británico de 4 canales promedió 0,72, mientras las 5 cadenas norteamericanas alcanzaron a 0,61.⁷ ;).

Aplicar estos criterios en los países de América Latina requiere incluir otra variable: la participación de la producción nacional de programas en el total general y por géneros, ello permitirá observar si la oferta diversificada es producto de la propia creación cultural o un reflejo de las capacidades ajenas y en qué medida.

Hay aquí un primer trabajo para los investigadores críticos de la televisión. Evaluar la calidad de las programaciones de los distintos canales y de los diferentes sistemas en cada país y hacerlo en una perspectiva histórica. De algunas observaciones preliminares se puede constatar que en países como Chile el fenómeno de la introducción del TV cable ha inducido al aumento de la producción nacional de programas en un claro intento de establecer un perfil propio; esto ha ocurrido especialmente en el horario *prime*. Más difícil es hacer apreciaciones sobre la diversidad de géneros, lo cual es fundamental para lograr juicios con fundamento.

Si es difícil establecer parámetros medianamente objetivos para evaluar la calidad de la programación, mucho más lo es en cuanto a **la calidad de los programas**. Por ahora, el índice predominante son las cifras de audiencia: un programa será mejor que otro si llega a más público, al menos en horarios similares ya que la disponibilidad de audiencia potencial es mayor en las horas de descanso que en medio

⁵ Portales, Diego. *Utopías en el mercado*. Ediciones del Ornitorrinco. Santiago, 1994. p. 46.

⁶ Barroso, Jaime. *Realización de los géneros televisivos*. Ed. Síntesis. Madrid, 1996. p. 191.

⁷ Ishikawa, Sakae 1996. Citado por Godoy, Sergio. op.cit.

de la jornada laboral. El **rating** o porcentaje de televisores encendidos en un determinado programa es el más feroz indicador de votación popular u opción de consumo que exista en sistema o industria alguna. Si éste es **on line** se transforma en palanca de presión instantánea sobre programadores y directores de programas, cuando éstos se transmiten en directo pueden modificar dramáticamente ritmos y contenidos.

Mucho menos desarrollados se encuentran los estudios acerca del **grado de satisfacción de la audiencia** con el programa visto. Porque una cosa es ver algo y otra que la evaluación de lo que se ve sea satisfactoria (aunque los defensores del sistema señalan que la opción del televidente es cambiarse de canal o apagar el televisor). Estudios efectuados por el Consejo Nacional de Televisión en Chile muestran que la población se informa muy mayoritariamente a través de los informativos de televisión, sin embargo también se detectaron grados importantes de insatisfacción con el desempeño de los informativos.

Los indicadores de audiencia y nivel de satisfacción se ubican en el punto de vista del receptor. Ellos tienen una gran relevancia porque se refieren a uno de los objetivos principales de los medios masivos: satisfacer las necesidades de la audiencia.

Pero, lo que está francamente ausente es el desarrollo de una **crítica especializada de televisión**. La regla prevaleciente en nuestra región es que frente a tan relevante realidad cultural faltan personas, opiniones y debates que orienten la opinión pública en torno al desempeño de canales y programas. Una crítica especializada debe reconocer las especificidades de cada género e incorporar en su análisis tanto los elementos de contenido, como los aspectos formales y los aportes e innovaciones que cada programa entregue a la audiencia.

Los indicadores de audiencia y nivel de satisfacción se ubican en el punto de vista del receptor. Ellos tienen una gran relevancia porque se refieren a uno de los objetivos principales de los medios masivos: satisfacer las necesidades de la audiencia.

Por cierto que una crítica de este tipo debe destacar los aspectos negativos que a juicio del crítico debieran ser modificados para elevar la calidad del programa. Particular responsabilidad cabe a la prensa escrita (diarios, revistas de actualidad y revistas especializadas) en la constitución de equipos que analicen los programas de televisión.

La **crítica a los roles sociales de la televisión** ha sido muy amplia. Al comienzo sobre la base de hipótesis generales sin comprobación científica: su responsabilidad en la ampliación contemporánea de fenómenos

como la violencia, la desintegración social o la pérdida de los valores tradicionales. Posteriormente, se abrieron líneas de investigación sobre estas materias y ello ha fortalecido propuestas en el sentido de reducir los niveles de violencia en los programas y elevar la preocupación por el impacto de la televisión en los niños

y jóvenes. Creo que esta es una línea válida que puede ser ampliada (de hecho lo ha sido en diferentes países) a preocupaciones tales como la **creación de agenda** (¿cómo la TV influye en lo que habla la gente?), su **función recreativa** (¿qué rol juega la TV en el aumento o reducción de los niveles de *stress* de la vida actual, en especial en las grandes ciudades?), la **creación de identidades** (¿cómo participa la TV en la creación, refuerzo, consolidación o anulación de identidades locales o nacionales?), la **expresión de diversidades** (¿qué aporte hace la TV de cada país para favorecer la expresión plural de las diversidades políticas, religiosas, regionales, étnicas, étnicas, étnicas, de género o de corrientes culturales en cada sociedad?), la **ampliación de la participación social** (¿qué influencia tiene la TV en el estímulo o inhibición de la participación de la gente en tareas colectivas?), entre otras grandes preocupaciones sociales.

Intelectuales y televisión: los puentes que faltan

Hoy los puentes están cortados. La mayoría de la intelectualidad tradicional se siente en las antípodas de la televisión. El caso de Giovanni Sartori puede ser extremo, pero representa a una corriente de pensamiento importante que tiene una no despreciable influencia. Para él *“la cultura audiovisual es inculta y, por tanto, no es cultura”*.⁸

¿Qué diálogo se hace posible si ése es el punto de partida?. Al contrario, los protagonistas que hacen el medio responderán con similares desprecios y con la arrogancia propia de los que disponen de armas ganadoras. Esta actitud condicionará un tipo de desarrollo compartimentado entre televisión y capacidad creativa de los viejos intelectuales. Todo lo contrario del camino que proponemos.

Hay un profundo error en la crítica de Sartori: asignarle al medio televisivo más poder -y por lo tanto más responsabilidad- de la que realmente tiene; un análisis más ponderado que reconozca las potencialidades, pero también los límites del medio, es un punto de partida imprescindible en la perspectiva de una mejor contribución de la televisión a la sociedad:

“Como todo nuevo medio, la TV produce

A nuestro juicio, hay dos procesos que son necesarios para lograr una mejor televisión. Por un lado, el desarrollo de una **tensión externa** entre intelectuales y televisión en el marco del reconocimiento de su especificidad como medio.

un profundo y traumático reacomodamiento de los medios y del orden cultural anterior. Frente a su expansión desbordante, reivindicamos la heterogeneidad cultural y la pluralidad de lenguajes, pero cabría distinguir las críticas que pueden hacerse a la televisión por su programación de aquellas que, como ya planteaba Mc Luhan, le están pidiendo a la televisión que cumpla las funciones de los medios y estéticas anteriores y no las propias”.⁹

Esos efectos traumáticos parecen estar presentes en el hecho de asignarle un poder excesivo al fenómeno televisivo, pero como recuerda el propio Landi, no se trata de un fenómeno nuevo: *“Cuando surgió la escritura, los maestros del diálogo filosófico dijeron que ella iba a hacer perder la memoria a la gente; cuando se inventó la imprenta, los escolásticos que poseían y explicaban los manuscritos se escandalizaron ante la producción del libro en serie. Hoy, los crujidos ocasionados por la aparición de la TV provocan advertencias apocalípticas”*.¹⁰

Las consecuencias de esta posición no han sido suficientemente estudiadas en cuanto al retraso de la calidad televisiva en muchos países. No se trata de subsumir todas las artes en el medio televisivo; al contrario, es deseable que ellas mantengan su nivel de autonomía creativa que les permita continuar desarrollando la producción cultural tradicional. Sin embargo, ello no excluye la necesidad del mutuo reconocimiento y de la mutua fecundación, en particular el aporte de los creadores más lúcidos al nuevo medio. El ejemplo de las telenovelas brasileñas ha sido mencionado en diversas oportunidades: por un lado, ellas se nutrieron del aporte de destacados escritores nacionales; por otro, su difusión contribuyó a un relanzamiento de las ventas de novelas tan importantes como *Gabriela, clavo y canela* de Jorge Amado o *La esclava Isaura* de Guimaraes Rosa.

⁸ Sartori, G. Op. cit. p. 150.

⁹ Landi, Óscar. *Devórame otra vez*. Ed. Planeta Argentina. Buenos Aires, 1992. p. 10.

¹⁰ Idem.

A nuestro juicio, hay dos procesos que son necesarios para lograr una mejor televisión. Por un lado, el desarrollo de una **tensión externa** entre intelectuales y televisión en el marco del reconocimiento de su especificidad como medio. Ello requeriría el desarrollo de una crítica de televisión que abarque cuestiones tan distintas como el análisis político del pluralismo televisivo, el análisis de contenido de los programas, la valoración crítica de los usos del lenguaje televisivo (géneros, formatos, ritmos, guiones, calidad técnica, puesta en escena, etc.) o la evaluación acerca del cumplimiento de sus roles sociales (informativos, educativos, recreativos, de promoción de valores o de estímulo a actividades de solidaridad social, entre otras). Esta tensión externa, desde la aceptación y el respeto a la especificidad televisiva, puede contribuir a modificar la actitud del público, en particular si está vinculada a los niños dentro del proceso educativo y también puede incidir en la conducta de las empresas en favor de la calidad de los programas.

Por otro lado, el estímulo a la **tensión interna** entre los realizadores de los programas y los programadores que ponga en juego la lógica creativa de los primeros con las exigencias de obtener resultados inmediatos de *rating* de los últimos. Esta dinámica interna, alimentada por una incursión voluntaria y proactiva de lo mejor de la intelectualidad creativa, resultará en una mejoría importante de la calidad

Por otro lado, el estímulo a la **tensión interna** entre los realizadores de los programas y los programadores que ponga en juego la lógica creativa de los primeros con las exigencias de obtener resultados inmediatos de *rating* de los últimos.

televisiva. Esta tensión interna en el marco de una industria competitiva requiere la búsqueda permanente de oportunidades creativas y puede producir desde el cambio positivo de programas específicos hasta el rediseño global de los perfiles programáticos y corporativos de canales completos.

De lo que se trata es de **agregar valor cultural** a cada propuesta creativa. En cada género es posible buscar innovaciones que mejoren la calidad del producto. Desde la calidad de la producción mejorando la estética de escenografías y ambientes, la iluminación y el sonido o la calidad de la transmisión, pasando por todos los niveles que mejoran el contenido: guiones, investigación periodística, entrevistas, reportajes y notas; y también todo lo relacionado con el ritmo televisivo: calidad de la actuación, estructuras dramáticas, edición o montaje, musicalización, uso de efectos especiales. Además, se trata de que estos procesos puedan ser acompañados por un seguimiento y una crítica cada vez más profesional, tarea en la cual instituciones del tipo Consejo Nacional de Televisión, universidades y asociaciones especializadas pueden ser grandes promotoras.

Para la ocurrencia de estos procesos es fundamental el rol que pueden jugar los **investigadores de la comunicación**, puesto que es el grupo de intelectuales más próximo a una comprensión más integral de la naturaleza, potencialidades y límites del medio televisivo. En mi opinión, la comunidad científica de América Latina en el área de comunicaciones ha avanzado con aportes profundos y certeros en esta área, pero existe una gran deuda en cuanto a transmitir, convencer e impulsar la acción de otros sectores de la cultura en favor de un proceso social como el formulado en estas páginas.

Comentario final: incidencia de la institucionalidad y la organización industrial en los procesos creativos

En general, los estudiosos y críticos de la televisión comienzan por el análisis y las propuestas acerca del marco global. Nuestra opción en los últimos 15 años ha sido la contraria: plantear primero las posibilidades de los cambios a nivel de procesos parciales para luego abocarse a enfrentar los límites

que una determinada institucionalidad o un tipo de organización económica plantea al mejoramiento de la calidad televisiva.

Una breve referencia al caso chileno puede ser ilustrativa:

En 1990 el gobierno democrático presentó al Congreso Nacional dos proyectos de ley, uno referido al estatuto de la televisión pública que aseguraba la autonomía del medio respecto del poder ejecutivo y le planteaba la tarea de asegurar el pluralismo en el sistema televisivo bajo condiciones económicas de autofinanciamiento en el mercado publicitario. Durante esta década la empresa ha alcanzado y consolidado una posición de liderazgo en el mercado. Estoy convencido de que, más allá de las naturales críticas que puedan hacerse a la gestión comunicacional de la empresa, la sólo existencia de TVN ha sido más importante que cualquier marco jurídico general favorable a objetivos pluralistas y democráticos. En otras palabras, la regulación del mercado por dentro es más potente que las regulaciones generales.

Hemos sostenido que dentro del actual marco regulatorio todavía es posible hacer más: *“El Estado puede propiciar el desarrollo de los géneros y programas que el mercado no ayuda a mantener en el tiempo”*¹¹. El camino es dar recursos al actual Fondo de Programas Audiovisuales que administra el Consejo Na-

cional de Televisión y establecer objetivos y sistemas de evaluación para propiciar nuevas dinámicas culturales.

Sin embargo, en 1999 ya se perciben síntomas de que las contribuciones positivas a la calidad televisiva tienen límites dentro del actual marco regulatorio. Temas como la fijación de plazos para las concesiones televisivas, la determinación de compromisos de servicio público para los concesionarios y su necesaria evaluación para la renovación o revocación de los permisos parecen instrumentos idóneos que no están contemplados en la actual legislación. Por otra parte, la estructura industrial establece un control centralizado capitalino de la producción televisiva marginando al resto de las regiones del país; una política de compromisos para las redes nacionales y regionales en este sentido ayudaría a mejorar los niveles de descentralización del sistema.

El diagnóstico de los investigadores de la comunicación, sus análisis comparativos a nivel latinoamericano y mundial, la formulación de nuevas propuestas aplicables a cada país, constituyen el complemento necesario para que los puentes entre intelectuales y televisión hagan posibles los cambios que las sociedades desean.

¹¹ Portales, Diego. *Calidad de la televisión chilena*. Revista Mensaje. No. 477. Santiago, 1999. p. 44



Bibliografía

BARROSO, Jaime. *Realización de los Géneros Televisivos*. Editorial Síntesis, Madrid, 1996.

GODOY, Sergio. *Diversidad programática, banalidad y pluralismo en la TVchilena*. Cuadernos de Información N° 12, Santiago, 1997.

ISHIKAWA, Sakae. *Quality Assesment of Television*. University of Luton Press, Luton, Bedfordshire, 1996.

LANDI, Oscar. *Devórame otra vez*. Editorial Planeta Argentina. Buenos Aires, 1992.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *De los Medios a las Mediaciones*. Editorial Gustavo Gili, Barcelona 1987.

PORTALES, Diego. *Utopías en el Mercado*. Ediciones del Ornitorrinco, Santiago, 1994.

PORTALES, Diego. *Calidad de la televisión chilena*. Revista Mensaje N° 477, 1999.

SARTORI, Giovanni. *Homo videns, la sociedad teledirigida*. Santillana Taurus. Madrid, 1998.