



caja**feliz**

En el pasado, la televisión reunía a la familia. Hoy, la experiencia tiende a ser más fragmentada e individual. Como sea, resulta difícil imaginar lo que sería la vida sin la presencia de este invento que ha ido conformando parte de nuestra memoria colectiva.

ESCRIBEN: PEDRO GÜELL, CLAUDIO ROLLE, EDUARDO SANTA CRUZ, CLAUDIA FELD, OMAR RINCÓN.



¡RPC LIBRE!

El viernes 21 de abril, en la Sala Novedades de la Biblioteca de Santiago, se realizó el lanzamiento del N° 39 de Revista Patrimonio Cultural, “Leer es un placer genial, sensual...”. En el marco de esta actividad, y en una iniciativa conjunta con Libro Libre Chile, se liberaron 200 ejemplares de esta edición, lo que convirtió a RPC en la primera revista libre del país.

Quien se encuentre con uno de estos ejemplares liberados, debe ingresar su Código Libro Libre a Internet, leerlo y luego liberarlo pasándolo a otra persona, dejándolo en un Punto Libro Libre (Bibliometro Plaza de Armas; Poema Café Biblioteca Nacional; Biblioteca de la Universidad Silva Henríquez; Radio Universidad de Chile, y Pub Musas) o en un lugar público bien visible. Como reza el sitio web de Libro Libre (www.librolibrechile.cl), estas revistas son de todos y de nadie en particular. Y su misión en llevar alegría, conocimiento y nuevos mundos a todas las personas.



cartas

Sres. Revista Patrimonio Cultural,

Muchas gracias por el envío (regalo) de dos ejemplares de la Revista N° 38, Año XI, Verano 2006, donde se publica el texto ganador del Tercer Lugar en el Concurso “Memoria, Identidad y Patrimonio”, galardón que tuvimos el honor de recibir. La excelente presentación enaltece al artículo e invita a su lectura. Debemos observar, no obstante, que el título con que se publica expresa exactamente lo contrario de la tesis que desarrollamos en el texto, al cambiar el término “inexistente” del título original por el de “existente” en el título actual. Esperemos que el atento lector descubra este “lapsus cálamí” y dé con el título correcto.

Saludan atte. a Uds., felicitándolos por su entretenida y original revista.

Flavio y Claudio Gutiérrez
Villa Alemana, 2 de marzo de 2006

Patrimonio Cultural

N° 40 (Año XI)

Invierno de 2006

Revista estacional de la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos (Dibam), Ministerio de Educación de Chile

Directora y representante legal:

Nivia Palma

Consejo editorial:

Ricardo Abuaud, José Bengoa, Angel Cabeza, Marta Cruz Coke, Georges Couffignal, Humberto Giannini, Pedro Güell, Marta Lagos, Pedro Milos, Jorge Montealegre, Pedro Pablo Zegers.

Comité editor:

Gloria Elgueta, Carolina Maillard, Patricio Heim, Paula Palacios, Delia Pizarro, Claudio Aguilera, Jorge González, Leonardo Mellado y Luis Alegría.

Colaboran:

Departamento de Prensa y RR.PP., Unidad de Estudios y Gabinete Dibam; Museo Histórico Nacional.

Editor:

Patricio Heim.

Periodista:

Michelle Hafemann.

Publicidad:

Soledad Hernández. soledad.hernandez@dibam.cl

Ventas y suscripciones:

Myriam González. suscripciones.revista@dibam.cl

Diseño:

Alt 164 [Taty Mella – Marcos Correa – Pati Bastías]

Corrección de textos:

Héctor Zurita.

Impresión:

Andros Impresores
(que actúa sólo como impresora)

Dirección:

Alameda Bernardo O’Higgins 651 (Biblioteca Nacional, primer piso). Santiago de Chile

Teléfonos:

360 54 00-360 53 30

Fono-Fax:

632 48 03

Correo electrónico:

patrimonio.cultural@dibam.cl

Sitio web:

www.patrimoniocultural.cl

Esta revista tiene un tiraje de 3.000 ejemplares que se distribuyen en todo el país, a través de la red institucional de la Dibam, suscripciones, librerías y quioscos.

Reciba la Revista Patrimonio Cultural en su casa durante un año, por tan sólo \$ 6.000. Llame al (56-2) 3605320 o al 6324803, o escriba a suscripciones.revista@dibam.cl y nos pondremos en contacto con usted a la brevedad. Los números anteriores que no estén agotados pueden ser comprados en nuestra oficina, ubicada en la Biblioteca Nacional.

Las opiniones vertidas por los colaboradores de la revista no necesariamente representan a esta publicación o a sus editores y son de absolutas responsabilidad de quienes las emiten.

Patrimonio Cultural es una revista de la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos (Dibam); institución del Estado de Chile dependiente del Ministerio de Educación.
www.patrimoniocultural.cl

JUAN CARLOS ALTAMIRANO

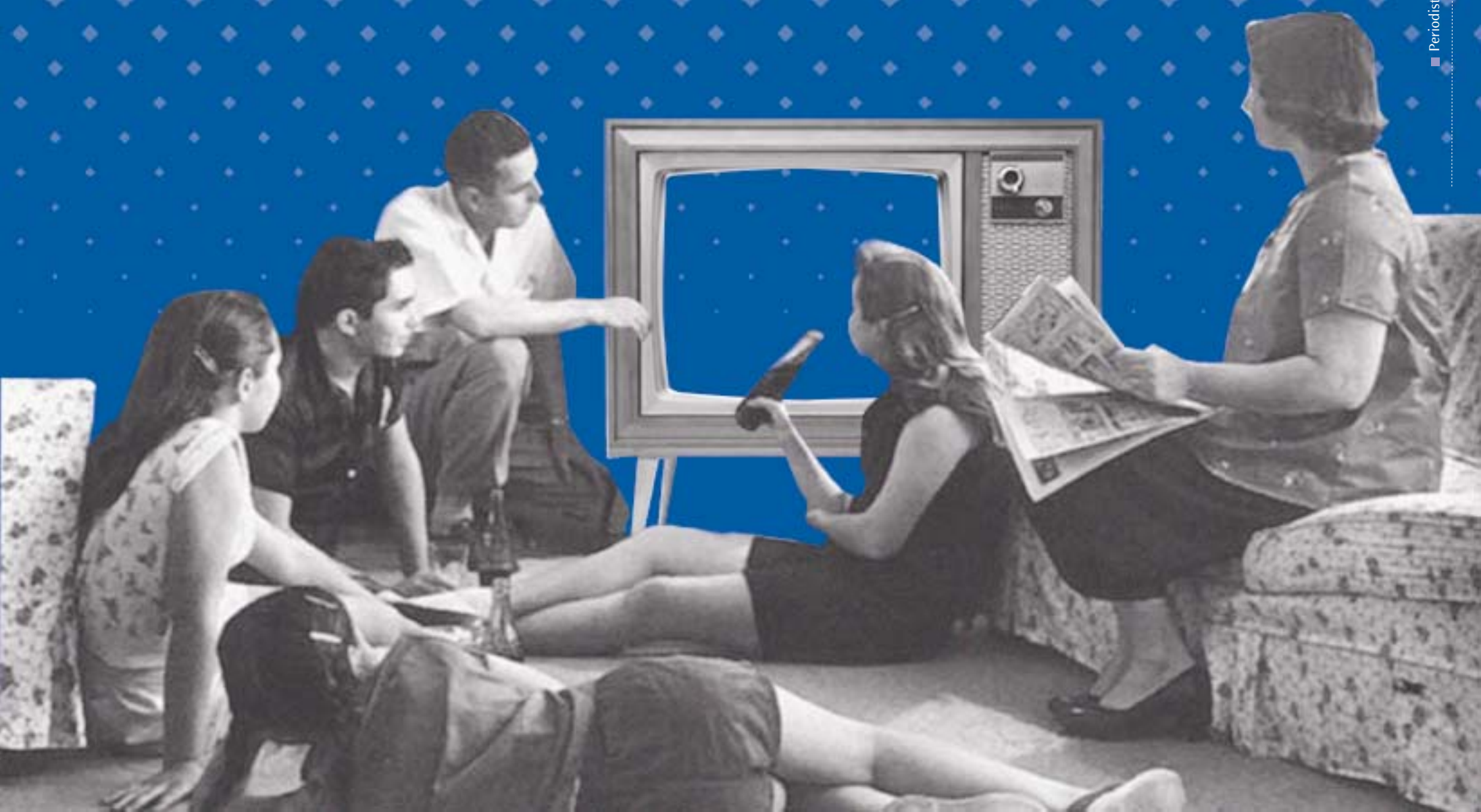
“Cualquier país civilizado tiene televisión educativa”

En los días en que la televisión digital se asoma tímidamente a los hogares chilenos, este sociólogo debe ser uno de los que más conoce su industria televisiva. Luego de 15 años en TVN y ser responsable de programas memorables como “El show de los libros” o “Los patiperros”, hoy está en la solitaria cruzada de convencer al “poder” de la necesidad urgente de contar con televisión educativa.

■ por Andrea Villena M.

C on un Master en Cine y Televisión del Royal College of Art de Londres, recuerda que cuando cursaba el colegio en Inglaterra ya supo lo que era apoyar sus estudios con emisiones de televisión.

Ahora, mientras se dedica a planear proyectos independientes, está dando a conocer su libro *Tv or not Tv* (Planeta Divulgación), que demoró ocho años en escribir. Es un exhaustivo recorrido por la historia de la televisión chilena y particularmente del modelo que se generó en TVN que combina, según sus propias palabras, la experiencia en terreno, con una mirada reflexiva.



¿Cuál es el origen de la situación actual de la televisión chilena?

En nuestro país ocurrió una desviación. Cuando en Chile se trató de crear la televisión educativa no había recursos y cuando en los ´90 se planeó el modelo de TVN como canal público, se llegó al autofinanciamiento porque las urgencias eran otras, como la salud o la educación.

Hoy ya hemos superado los niveles de pobreza y tenemos una economía suficientemente sana como para financiar un servicio elemental en el mundo moderno: tener televisión educativa en los colegios.

Conocemos programas como Plaza Sésamo o los documentales de la BBC. ¿Qué es exactamente la televisión educativa?

Básicamente es tener unos cuantos televisores en cada escuela. En Estados

Hay una audiencia muy grande. Aquí si vienen los Rolling Stones y llenan el Estadio Nacional sale en portada. Mientras “El Show de los libros” tenía ocho puntos, es decir ¡llenó el estadio ocho veces! ¿Qué libro lo leen tantas personas? ¿O qué película se ve tan masivamente?

Unidos, en India, en China, cada clase tiene el suyo. Hay una red que provee de programas educativos (los mismos que uno ve en el National Geographic), más una serie de material didáctico que enseña al profesor a interactuar con el alumno y a generar discusiones sobre los temas.

¿Y es viable en Chile tener un canal educativo?

Totalmente, lo que no es viable es pretender que la televisión abierta cumpla una función de televisión educativa, porque de ella se espera otra cosa y debe autofinanciarse.

Desde el inicio de la televisión en Chile se está demandando la existencia de un canal educativo y cultural para los colegios, que permita que las expresiones artístico-culturales e intelectuales florezcan. Eso lo tiene cualquier país relativamente civilizado.

Usted explica en su libro que el modelo adoptado por la televisión chilena es el norteamericano. ¿Cómo ha influido esa tendencia en su estado actual?

En un comienzo se quiso implementar el modelo europeo, vale decir, televisión educativa cultural, que no dependiera del mercado. Durante el gobierno de Alessandri tanto la derecha como la izquierda –y el propio presidente–, se opusieron terminantemente a entregarle la televisión al sector privado, porque se veía lo que había generado en Estados Unidos.

Hubo un consenso hacia una televisión pública, pero no se previó el tema del financiamiento y se la entregó al mercado. Y como consecuencia fue derivando a lo que conocemos hoy.

Y si Chile hoy posee la tecnología y un nivel económico suficiente. ¿por qué no hay televisión educativa?

Netamente por voluntad política. Siempre se ha dicho que la televisión no sirve para educar. Claro, la televisión abierta no sirve para educar. En Chile, por un factor ideológico, el modelo neoliberal ha sido mal entendido y se ha planteado que toda subvención, intervención o papel que juegue el Estado es nocivo. Eso ni en Europa, ni en Estados Unidos se les ocurrió decirlo.

Eso evidencia un temor a que se “dirija la agenda”.

Y a que se dé pautas o “manipule”. En Inglaterra, que es el bastión del liberalismo político y económico, el Estado juega un papel fundamental, pone sus restricciones, exige cantidad de horas de programación cultural, de televisión educativa que debe emitirse por las mañanas a los colegios. Porque ellos dicen: “usted está ocupando un bien público. Si no le gusta, no le otorgamos la señal”.

Por lo tanto, quienes se quejan por la mala calidad de la programación actual o por el exceso de farándula, deberían presionar, en cambio, para que se generen canales propios de televisión cultural...

Exacto. Llegó el momento de que la clase política ponga la plata donde debe hacerlo. Se quejan de la calidad de la televisión, mientras la solución la tienen ellos, porque sólo bastaría con que hicieran normativas estrictas. Pero de nuevo volvemos a la psicosis de la regulación del Estado.

Si Chile hoy tiene dinero, metámonos en forma seria en este tema. El Estado en Chile va a tener que meterse las manos al bolsillo para generar todos los contenidos y satisfacer una demanda que viene desde los inicios de la televisión: tener al menos un canal dedicado a la cultura, a la educación y que no dependa de las reglas del mercado.

Y contamos con jóvenes del área audiovisual y periodistas de mucha capacidad y experiencia a los que sólo les faltan espacios. Y en Chile hay privados interesados en esto.

Quizás otro de los temores es si hay público para este tipo de programación.

Hay una audiencia muy grande. Aquí si vienen los Rolling Stones y llenan el Estadio Nacional sale en portada. Mientras “El Show de los libros” tenía ocho puntos, es decir ¡llenó el estadio ocho veces! ¿Qué libro lo leen tantas personas? ¿O qué película se ve tan masivamente? Si eso es poco, a mí me parece ridículo. Puede ser poco en la estructura de un canal comercial que vende rating, pero si transformas esos puntos en personas, te empiezas a dar cuenta de que hay suficiente público para ese tipo de contenidos.

¿Y cómo se afectará la audiencia de los canales abiertos?

Si se maneja bien televisivamente no les quepa duda de que va a quedar harto rating a los canales abiertos. Existe el mito de que los programas deben ser como Teleduc o los del cable del 13 (que son buenos esfuerzos), pero la verdad es que los programas educativos que emiten cadenas del mundo como BBC, Channel 4, PBS, son mucho más entretenidos, apasionantes e interpeladores.

Sabemos que varios países de América Latina como México nos llevan años de ventaja en televisión educativa, o el Grupo Cisneros con la experiencia de Cl@se.

¡Por supuesto! Y Brasil, India, Corea. Todos los países fuertes emergentes tienen televisión educativa muy desarrollada y ciento por ciento subvencionada por el Estado, pues entienden que el tema de la educación y de la formación de la gente es importante para la competencia del mundo actual.

Me imagino que para los escolares es fácil acercarse a los contenidos por televisión porque los niños desde pequeños se interrelacionan con el lenguaje audiovisual.

Es impensable que en el mundo actual nuestros alumnos estén limitados al texto escolar, con una que otra ilustración y que así traten de inspirarse, de entender y gozar con la cultura.

Nosotros aprendimos todo en un libro con fotos borrosas, la Revolución Francesa o cómo Ford inventó el auto... Y prácticamente no existe tema que no esté traducido audiovisualmente y en forma muy entretenida.

Ahora es mucho más barato acceder a la tecnología e incluso hay personas haciendo “películas” con la cámara del celular...

Y mientras antes pocos sabían dirigir y era carísimo tener una cámara, hoy gente común puede crear sus expresiones –que en el futuro van a formar parte de la televisión–, porque cuenta con los medios. Fijémonos que la mayoría de los grandes hechos, como la caída de las Torres, las tragedias de los huracanes, están filmados por amateurs. Cada vez más personas han pasado a ser “reporteros de calle”.

Eso, más el fenómeno de los blogs da cuenta de una enorme capacidad de crear contenido, más allá de las típicas elites, y el país tiene que dar la facilidad de desarrollarlos.

¿Este acceso a la tecnología permitirá la democratización de los contenidos?

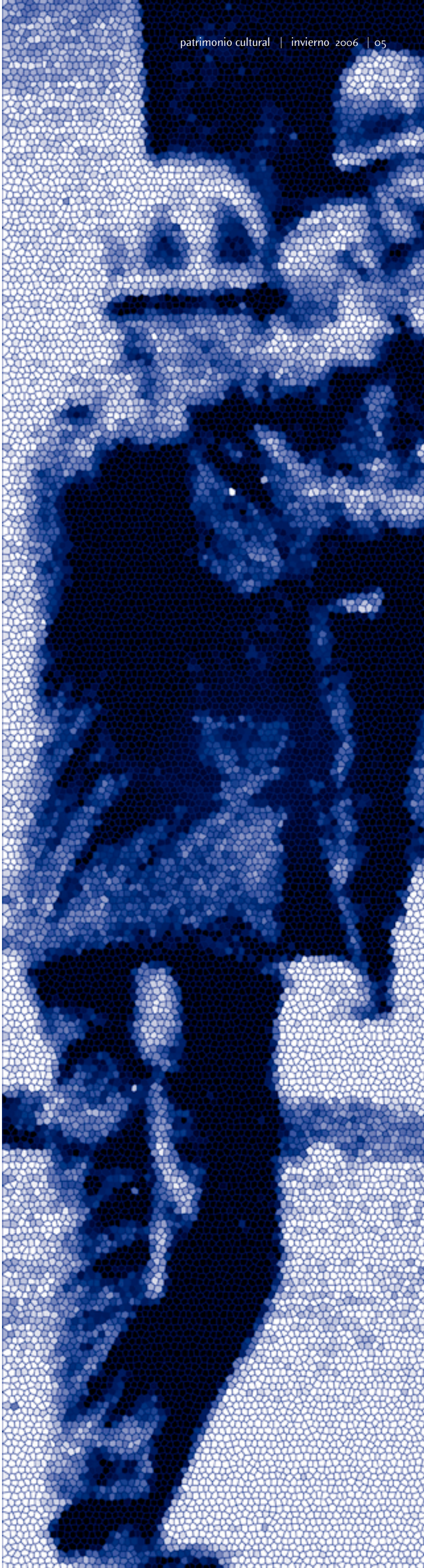
Vas a encontrar muy pronto documentales –hoy quizás algo pobretones– cada vez mejor hechos y sus creadores no van a necesitar ir a los ejecutivos de los canales para que los acepten en los medios masivos. Sencillamente van a ponerlos en Internet para llegar a su propio público. ¡Y eso sí que es un cambio cultural gigantesco!

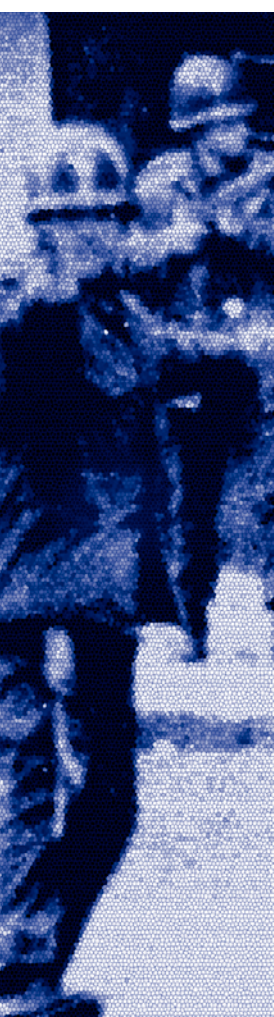
Entonces esta digitalización es clave y en la medida que el Estado asuma esa responsabilidad y la promueva, no me cabe duda de que va a pasar a ser normal que se enseñe a comunicarse a través de estos medios, el tener televisión educativa y que no se diga “de qué estamos hablando”. **p**

El hombre que FILMO SU MUERTE

Después de 32 años, Leonardo Henrichsen recién podrá oficiar de testigo de su muerte. Un caso único en el mundo en que un camarógrafo podrá legar a la humanidad las pruebas de su asesinato. El mismo lo filmó, registró a sus cancerberos y enfrentó, como en un viejo western, un duelo a muerte entre un disparo y un rec. Esta es la historia de un reportero, su cámara y las repercusiones de una imagen difícil de olvidar.

■ por Claudio Pizarro





Cuando Eduardo Labarca regresaba en automóvil a los estudios de Chile Films y escuchó por radio que había muerto un camarógrafo de la televisión sueca, recién pudo armar el puzzle que rondaba en su cabeza. La cámara que los militares habían escondido en un alcantarillado, y que él divisó desde el décimo piso de un edificio en calle Agustinas, pertenecía a Leonardo Henrichsen. Aquel 29 de junio de 1973, durante el frustrado alzamiento militar conocido como el “Tanquetazo”, la vida de uno y la muerte de otro quedaron unidas irremediablemente.

Aquella mañana, mientras Henrichsen desayunaba en el Hotel Crillon, Eduardo Labarca, director del noticiario de Chile Films, apostaba una cámara en el balcón de un edificio en la intersección de Morandé con Agustinas. Los tanques del Regimiento Blindados N° 2, encabezados por el general Roberto Souper, apuntaban a La Moneda desde la Plaza de la Constitución. La inminencia de un Golpe de Estado era evidente. Para un reportero de campo como Henrichsen, con más de 16 golpes de Estado

La imagen del camarógrafo que filmó su propia muerte recorrió el mundo transformándose en parte del legado fílmico de la humanidad. En los más de cien años de registro en celuloide, es la única escena donde se aprecia el disparo, el ejecutor y a la persona que dio la orden de asesinar al que filmaba.

en el cuerpo, coger la cámara y salir a filmar después de escuchar los primeros disparos, fue una reacción natural, casi instintiva. “Mientras transmitía en vivo vía telefónica a Estocolmo –mi oficina estaba ubicada en el primer piso y yo tenía la ventana abierta– escuché gritar a una colaboradora sueca que le habían disparado a Leonardo”, rememoró Jan Sandquist, compañero de labores del malogrado camarógrafo. “Salí de inmediato, sostuve su cabeza en mi falda e intenté limpiarle la cara con mi pañuelo. Noté que su espalda sangraba. Estaba inconsciente pero repentinamente despertó, me miró y me dijo: Jan, me estoy muriendo”. Estas fueron las últimas palabras que pronunció Leonardo Henrichsen.

Trofeo de guerra

Una vez frustrada la intentona golpista, mientras las tropas fieles avanzaban al mando de un desconocido general “leal” de nombre Augusto Pinochet, Eduardo Labarca habló con un agente del Gap (escolta personal de Allende) para que se quedara de punto fijo sobre la tapa del alcantarillado. Como si se tratase de un fragmento de arqueología periodística, la recuperación del equipo de Henrichsen

–a esas alturas ya identificado como ciudadano argentino, hijo de padres suecos–, se transformó en una obsesión para el director del noticiario de Chile Films. “En ese momento sentí que la cámara me pertenecía y que a toda costa la tenía que recuperar”. Eduardo “Coco” Paredes, en ese entonces director de Chile Films y amigo personal de Allende, fue alertado por Labarca para que tomara cartas en el asunto. El pacto de silencio fue total. Nadie quería que la película fuera velada en un juzgado militar, ni tampoco que pasara a manos de Augusto Olivares, director de Televisión Nacional. Pero la noticia cundió rápidamente y el hallazgo de la cámara se transformó en un apetecido trofeo de guerra.

“A las 8 de la mañana del día siguiente llegamos a Tomás Moro, La Moneda Chica, armados hasta los dientes. Allende apareció envuelto en una capa negra, nos saludó y se fue con Coco Paredes por un pasillo. El asunto ya estaba arreglado. Olivares, quien se encontraba en la reunión, le pasó la cámara al Coco y el Coco me la entregó a mí”, recuerda Eduardo Labarca. Se trataba de una cámara Eclair II de 16 milímetros, famosa en los tiempos de la nouvelle vague. El cordón que la unía al cinturón–batería, marca Cine 60, había sido cortado para arrebatar la cámara. El hecho de que tuviera doble chasis permitió que la grabación, al intentar ser velada, quedara intacta debido a que la parte impresa estaba protegida.

En los estudios de Chile Films, el equipo pasó a manos de Osvaldo del Campo, jefe de laboratorio, quien confirmó que el rollo Agfa reversible utilizado por Henrichsen era imposible de revelar en Chile. Eduardo Paredes y Douglas Hübner, director creativo de la institución, decidieron enviar a Del Campo a los estudios “Alex” en Buenos Aires. De este modo y por un lapso de 24 horas –sutil ironía del destino– la película de Henrichsen regresó a su país natal a revelar el misterio de su muerte.

A sangre fría

El esperado momento de ver las imágenes llegó por fin. Carlos Piaggio fue el encargado de manipular la película en la moviola. Cuando la expectativa de sumar nuevas imágenes al noticiario se comenzaba a esfumar, casi al finalizar la cinta, aparece un carro militar que se estaciona en la esquina de Agustinas con Morandé. Once soldados descienden y comienzan a apuntar a diestra y siniestra. La gente corre despavorida. Sólo Henrichsen permanece inmóvil en la vereda. El oficial a cargo del pelotón desenfunda su arma, dispara al aire y pateo a un civil tirado en el suelo. En el rostro desencajado del uniformado se logra percibir una orden: ¡disparen! El camarógrafo no se amedrenta y aplica un zoom sobre el semblante impregnado de furia homicida. Por unos breves segundos, como en un viejo duelo de western, ambos se apuntan, miden sus fuerzas, se estudian. Suena el primer disparo. El oficial yerra. Una segunda descarga tampoco da en el objetivo. Henrichsen continúa filmando con una frialdad impresionante. Al encuadrar el carro militar se percibe una ráfaga y el humo que sale de un fusil. Este sí da en el blanco. Aún herido, su cuerpo no se resigna a desmoronarse. Tambalea, pero continúa filmando, como esos soldados que arremeten contra la trinchera enemiga después de haber sido acribillados. Un barrido de imágenes fugaces precipita su caída. Cielo, destellos luminosos, matices de gris, pavimento y finalmente oscuridad. “No, no fue la mala suerte de un camarógrafo temerario. No, no fuiste cogido entre dos fuegos. No. Tú, Leonardo Henrichsen –y en ese instante lo supe, lo vi, lo vimos– habías sido asesinado a sangre fría”, escribió Eduardo Labarca en una carta póstuma dirigida al camarógrafo, 25 años después del episodio.

La escena, repetida una y otra vez hasta el cansancio, llenó de estupor a la escasa audiencia. Labarca ordenó trabajar en el ralentado de la película. “Diego Bonacina tuvo que crear una truca nueva para modificar la velocidad. Trabajó toda la noche. Se hizo un esfuerzo inhumano en tiempo record”, recordó Douglas Hübner. Pero no sólo el tiempo apremiaba sino también la justicia militar, la que a petición de la Embajada sueca solicitaba con prontitud la devolución de la cámara. Paredes y Labarca, con el objeto de dilatar la entrega

de la película, convencieron al tribunal que sólo en los estudios de Chile Films era posible proyectar la cinta. Una jugada maestra que retrasó la entrega hasta el 21 de julio, tiempo suficiente para ampliar la película a 35 milímetros y trabajar en el montaje. La secuencia del disparo fue incluida al final del noticiario. Era la única imagen exhibida en color y sin audio. “Pusimos a cada disparo un chasquido con eco, para que retumbara en los oídos, en la conciencia del espectador”, aseguró Labarca.

El 24 de julio, a pocas horas de ser exhibida en los cines, la fiscalía militar incautó todas las copias. Acogiéndose al artículo 25 de la ley 16.643 sobre abuso de publicidad, conocida como “Ley Mordaza”, el fiscal Francisco Saavedra dictaminó, según consta en el expediente de la época, prohibir “la proyección del documental fílmico mientras el proceso se encuentre en estado de sumario y divulgar en la prensa fotografías del referido documental con el objeto de no entorpecer el éxito de la investigación”. Previendo este hecho, Chile Films realizó alrededor de 15 reproducciones que fueron enviadas al extranjero. De la película original nunca más se supo. Es por esta razón que las imágenes exhibidas con posterioridad son en blanco y negro, tal como aparecen en el documental “La Batalla de Chile” de Patricio Guzmán. Según Douglas Hübner, “es muy probable que la película haya sido borrada del mapa por los militares junto a otras joyas de nuestro patrimonio fílmico”. La causa que investigaba el “Tanquetazo”, que le arrebató la vida a 22 personas, incluyendo a Henrichsen, fue sobreesída el 20 de septiembre de 1973 por el general Herman Brady, sometido posteriormente a proceso por los crímenes ocurridos en La Moneda y por el asesinato de Charles Horman, el periodista que inspiró la película Missing.

Réquiem final

La imagen del camarógrafo que filmó su propia muerte recorrió el mundo transformándose en parte del legado fílmico de la humanidad. En los más de cien años de registro en celuloide, es la única escena donde se aprecia el disparo, el ejecutor y a la persona que dio la orden de asesinar al que filmaba. ¿Por qué, entonces, después de 32 años se instaura una querella para reabrir el caso? Acaso primó el fetichismo de la imagen y se olvidó al hombre detrás de la cámara. En el epílogo de la carta póstuma, escrita por Labarca al camarógrafo argentino, éste se pregunta: “¿he sido yo leal contigo?, ¿fuimos nosotros –me refiero a la gente de Chile Films– leales?”. No es fácil contestar, responde él mismo. “Queríamos mostrar que habías sido la primera víctima de una máquina infernal en movimiento... éramos profetas, salvadores, mesías, resueltos a un esfuerzo supremo en aras del futuro de Chile, pero en tu caso olvidamos ciertos “detalles” humanos”. En una visita realizada al país, Eduardo Labarca, vecindado actualmente en Viena, reconoce que sintió el derecho y el deber de mostrar la película al mundo pero que se arrepiente de “no haber buscado a su viuda y a sus hijos en esos instantes, no haberlos ido a ver a Buenos Aires y no haberles entregado una copia de la película”.

Sólo a contar de octubre del año pasado, nuestra memoria visual regurgitó nuevamente la imagen del camarógrafo ultimado. Sus hijos, Josefina y Andrés, patrocinados por abogados de la Corporación de Promoción y Defensa de los Derechos del Pueblo (Codepu), presentaron una querella criminal por el delito de homicidio calificado, asociación ilícita y delitos de lesa humanidad en contra de su padre. Dentro de todos los nombres que figuran en el expediente destaca una particular columna vertebral: Héctor Bustamante, Roberto Souper y Pablo Rodríguez. El primero, habría ordenado disparar al camarógrafo; el segundo, encabezó el alzamiento del Regimiento Blindados N° 2; y el tercero, habría participado en la intriga previa a la sublevación armada, asilándose el mismo día del frustrado golpe en la Embajada de Ecuador. La jueza a cargo del caso, Romy Rutherford, tras seis meses de investigación, desestimó la querella por prescripción. El veredicto de la titular del Segundo Juzgado del Crimen desató polémica a ambos lados de la cordillera. La Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (Utpba) rechazó la decisión de archivar la causa y pidió un ministro en visita. El 25 de mayo pasado, abogados del Codepu, apoyados por el Colegio de Periodistas, pidieron la reapertura del sumario. El tiempo esta vez, aunque más tarde que temprano, parece haber echado sus cartas. El siniestro triunvirato espera la resolución con calma. La familia de Leonardo Henrichsen ya ha esperado demasiado. **P**



El zapping suscita una serie de cuestiones interesantes. Está, por supuesto, el asunto de la libertad del espectador que se ejerce con la velocidad mercurial con que se recorrería un shopping-center tripulando un transbordador atómico. Toda detención obliga a una actividad suplementaria: enlazar imágenes en lugar de superponerlas, realizar una lectura basada en la subordinación sintáctica y no en la coordinación (el zapping nos permite leer como si todas las imágenes-frases estuvieran unidas por “y”, por “o”, por “ni”, o simplemente separadas por puntos). Viejas leyes de la narración visual que legislaban sobre el punto de vista, el pasaje de un tipo de plano a otro de menor o mayor inclusividad, la duración correlativa de planos, la superposición, el encadenado, el fundido de imágenes, son derogadas por el zapping. No se trata, como quería Eisenstein, del “montaje soberano”, sino, más bien, de la desaparición del montaje, que siempre supone una jerarquía de planos. El zapping demuestra que el montaje hogareño conoce una sola autoridad: el deseo moviendo la mano que pulsa el control remoto. Como muchos de los fenómenos de la industria cultural, el zapping parece una realización plena de la democracia: el montaje autogestionado por el usuario, industrias domiciliadas de televidentes productivos, tripulantes libres de la cápsula audiovisual, cooperativas familiares de consumo simbólico donde la autoridad es discutida duramente; ciudadanos participantes en una escena pública electrónica, espectadores activos que contradicen, desde el control remoto, las viejas teorías de la manipulación, zapadores de la hegemonía cultural de las élites, saboteadores porfiados de las mediciones de rating y, si se presenta la ocasión, masas dispuestas a rebelarse ante los Diktats de los capitalistas massmediáticos. **P**

Beatriz Sarlo

Escenas de la vida posmoderna: intelectuales, arte y videocultura en la Argentina. Buenos Aires: Ariel, 1997.

Señal 3, La Victoria

Nuestra pobreza es nuestra riqueza

No existen legalmente. La autogestión y la solidaridad son su signo. Un canal por y para la comunidad, que no intenta siquiera emular los formatos profesionales. Lo opuesto a todo lo que entendemos por televisión. Una apuesta extrema.

■ por Rodrigo Hidalgo

Viernes Santo, 14 de abril de 2006, Población La Victoria. Mientras en la televisión abierta abundan y redundan las mismas películas histórico-bíblicas de siempre, en el canal 3 de La Victoria se puede ver el documental venezolano “La revolución no será transmitida” (sobre el fallido Golpe de Estado en contra de Hugo Chávez el año 2002). Cristian Valdivia nos hace un breve tour por las tres habitaciones principales de la casa. El estudio, la sala de control y la sala de edición. Atrás, el patio donde está la antena. Cristian trabaja exclusivamente en los controles: pese a llevar años en esto —confiesa—, aún se pone nervioso ante las cámaras.

Más que un marco legal, lo que nosotros tenemos es la legitimidad de la gente, son los vecinos los que nos dan la legalidad. Si no les gusta lo que se está diciendo, llaman por teléfono y salen al aire. Acá no se esconde nada ni se manipulan los contenidos.

¿Cuál es actualmente la situación legal de Señal 3?

Señal 3 no tiene existencia legal. Ninguna televisión comunitaria existe legalmente porque hay un vacío. Nosotros, como organización, pensamos desarrollar una alternativa como ley, estar preparados para cuando salga la ley que regule esto.

O sea, este vacío a ustedes les acomoda, de momento...

Por supuesto. Nos acomoda porque no estamos encasillados en la potencia de transmisión que se requeriría, ni a los contenidos ni al material que nosotros tiramos, además tendríamos que estar pidiéndoles permiso a los autores, a las productoras, a las editoriales que hacen los productos que tiramos al aire, aunque la mayoría son de dominio público, pero igual existiría ese problema. Las radios comunitarias pasaron por lo mismo. Si eran mil antes de la legislación, después quedaron doscientas. No pueden recibir comerciales, nada. En la televisión comunitaria nosotros no tenemos auspiciadores sino socios colaboradores, la televisión tiene que ser una organización sin fines de lucro, y la gente

tiene que desarrollar la programación: los centros culturales, los centros de madres, clubes deportivos, los cabros chicos de la calle, todo el entorno social, porque la televisión comunitaria es el reflejo de la identidad local. En ese sentido, más que un marco legal, lo que nosotros tenemos es la legitimidad de la gente, son los vecinos los que nos dan la legalidad. Si no les gusta lo que se está diciendo, llaman por teléfono y salen al aire. Acá no se esconde nada ni se manipulan los contenidos.

¿Hay algo que rescaten de la televisión abierta?

La tecnología, los medios de que disponen, es lo único positivo que tienen... (risas) Mira, nosotros conocemos a varios que trabajan ahí, en TVN, en Chilevisión, que son buenas personas. El problema es que el sistema los tiene cagados. No pueden hacer nada más allá de la línea editorial o de lo que quieren los dueños que son las transnacionales. Tienen buenas ideas pero tampoco van a venir a trabajar acá, porque la televisión comunitaria no paga.

¿Cómo resuelven ustedes su sobrevivencia? La televisión no les paga, dedican tiempo, ¿cómo se las arreglan?

Hacemos pololitos. Gasfitería, electricidad, computación. Hacemos mantenimiento a colegios. Cada 15 días nos llaman y vamos y trabajamos duro uno, dos días y ahí uno se maneja por una semana. A otros los ayuda el trabajo de sus familias. Yo soy allegado. De repente una semana no tienes plata y hay que andar escondiéndose, o pasar lo menos posible por la casa. Pero no hay problemas, o los hay como en todas las casas. O sea, se vive gracias a la solidaridad de las familias, que te dan el apoyo y la confianza. Igual la gente, los vecinos nos conocen, que venimos desde los 80 trabajando en organizaciones sociales, y saben lo que hemos tratado de hacer, que queremos desarrollo.

Claro, el tema es que la televisión es un agente cultural... pero entonces habría que intervenirla, o sea, es una responsabilidad del Estado, ¿no?

Yo lo que te digo es que no. No se trata de intervenir TVN, o la televisión abierta. La Concertación no tiene por qué hacerse cargo, porque la Concertación también le responde a la derecha y al sistema neoliberal. ¿Sabes a quién le cargo la mata yo? A la izquierda. Todos los que estuvieron ayer con el compañero Allende, los que estaban a cargo de hacer la revolución. Que no se me escape ninguno. Todos son los culpables. Se olvidaron del pueblo y

se arreglaron los bigotes. Se olvidaron de que se necesitan personas y no entes. La izquierda chilena tiene la culpa de todo esto.

La Señal 3 no es grande porque la izquierda no se ha puesto. ¿O acaso va a venir la derecha o la Concertación a apoyarnos para que seamos grandes? La izquierda es la gran culpable. Los partidos políticos, el MIR, el PC, el Frente. Hay compañeros que tienen cualquier plata, y no son capaces de ponerse con un proyecto social, cultural, de identidad, que quiere penetrar la mente de las personas. Entonces ¿de qué compañeros estamos hablando? Uno anda rogándoles a algunos para que te compren cintas, para que te apoyen. Al final uno dice chao. Nuestro próximo proyecto es precisamente hacer un documental o reportaje, no sé ni me importa cómo se llame, pero la idea es entrevistar a toda la izquierda, a todos los partidos, y demostrar que la propuesta de todos es la misma y que estando divididos lo único que hemos hecho es hacerle el juego al sistema. Porque al final la derecha infiltró a la izquierda. Les hemos ofrecido que vengan a hacer programas, al PC, al MIR, siempre y cuando tengan un proyecto social; y no vienen, no se asoman, no les da el cuero, les cuesta. Eso les pasa a todos, no sólo a ellos. A la SurDa, los ATTAC, todos esos movimientos. Además, tienen sus cuestiones económicas, se cuidan los puestos, la teta de la que maman. Nosotros acá llevamos años dándole y no recibimos ni un peso.

¿Pero ustedes quieren que el Estado les pase plata?

Claro que sí. Mientras el Estado no nos encierre con un Consejo Censurador de Televisión, y nos obliguen a responder a esos tipos que creen que tienen el poder de decidir lo que se ve y lo que no se ve. Si habían hasta milicos en ese Consejo.

¿No encuentras que hay como una contradicción en lo que estás planteando? O sea, si piensas que incluso Señal 3 vive en un vacío legal y está cómodo en ese marco... ¿cómo va a pedirle plata al Estado?

No, porque el Estado se supone que somos todos. Yo pago mis impuestos. Esa plata es mía, tengo derecho a ella. Ahora, lo que sí es cierto es que, obviamente, el Estado no nos va a pasar plata, porque somos un peligro para este sistema.

Pero eso también es relativo, el Estado, como una forma de cooptar precisamente a los que son peligrosos, los financia.

¡Chis! A nosotros nos llegan a dar plata y dejamos la cagá. Quebramos el sistema comunicacional. Tenemos más de 25 años trabajando en eso, en despertar la mente de las personas. No nos van a cooptar como dices tú.

A ver... volvamos un poco al tema de la existencia legal de Señal 3.

Si se deciden a hacer la legislación para la televisión comunitaria tienen que llamarnos a nosotros, tenemos que hacer nuestro gran aporte, porque NADIE tiene idea de lo que es la televisión comunitaria, nadie sabe más que nosotros, entonces no sé cómo podrían hacer una ley sobre televisión comunitaria. Nos tienen que llamar. Nosotros tendríamos que ser invitados a diseñar el marco regulatorio. Y si no lo hacen, pues bueno, entonces pasaremos a la clandestinidad. Ya vivimos esa experiencia, estuvimos 4 años al aire clandestinos, y al Estado no le conviene que haya televisiones comunitarias clandestinas en democracia.

Imaginemos por un instante que el Consejo de la Cultura toma abruptamente conciencia de que la televisión chilena está creando autómatas en vez de personas, y decide intervenir TVN, y empieza a haber puros programas como los pocos culturales buenos que hay, televisión educativa, y acaban con los realitys y toda la tontera...

No va a pasar nunca eso, pero sería una televisión fome, porque la gente está acostumbrada a esa basura. Somos adictos. Durante 30, 40 años han entregado sistemáticamente esa basura. Le encantan los matinales, las teleseries, los realitys. Si está bien hacer teleseries, pero por favor, mira el nivel de las teleseries. ¡Mira la publicidad! Te meten desde chiquitito el mercado. Es siniestro. ¿A quién se le ha ocurrido hacer un programa a las 6 de la tarde para ayudar a los cabros que hagan las tareas, reforzamientos en matemáticas, en inglés? Si la televisión tiene que ser educativa. Pero nos falta mucho acá. La gente pobre, humilde, no tiene capacidad de pensar ni de soñar. Nosotros mismos acá, somos pobres, pobrísimos, no tuvimos capacidad de estudiar; yo quería estudiar derecho, después fotografía, imposible. Y esas universidades privadas de “izquierda” ¿entregan alguna beca para los pobres? Entonces en Señal 3, ¿qué queremos? Somos pobres económica e intelectualmente. No tenemos conocimientos de televisión y por eso mismo somos tan ricos. No tenemos nada y de la nada tenemos que tratar de hacerlo todo. Somos un ejemplo de lo que es televisión en Chile. Le pegamos 20 patadas en la raja a la tele chilena. **P**



■ por Rodrigo Hidalgo

Gracias al efecto cromakey, que permite la inserción de una imagen sobre otra, Andrés Norambuena pasea su humanidad por distintos lugares de Valdivia. A veces visita una discotheque o camina por la costanera. Otras veces va al mercado o anda en bote. Como si se tratase de una verdadera teletransportación, este reo detenido por narcotráfico, representa el sueño más ansiado de sus compañeros y también de él mismo: pasear libremente por las calles. “Carreteando en cana” es el programa en que oficia de reportero. No se trata de un espacio en televisión abierta, ni mucho menos privada, sino un nuevo género que bien podríamos llamar televisión penal. El proyecto, llamado Canavisión, es un programa hecho por reos y para reos made in canada, es decir, realizado íntegramente en la cárcel de Isla Teja, en la ciudad del Calle-Calle. Se trata de una experiencia única en Sudamérica que comenzó sus transmisiones a comienzos de 2005.

Después de adjudicarse los fondos en el Ministerio de Educación y convencer a las autoridades de Gendarmería sobre la viabilidad del proyecto, Rumualdo Salazar, Director de la Escuela de Adultos de la Penitenciaría, pudo por fin dar inicio a su anhelado taller audiovisual. 17 reos fueron favorecidos con el beneficio. Luego de un riguroso casting, Felipe García fue elegido conductor del espacio, un estelar con sketches, concursos, noticias y entrevistados. “Carreteando en cana” intenta, como afirma su eslogan, “poner tras las rejas el aburrimiento” y permitir a los reos participantes cambiar el switch. Porque dejar el coa a un lado y officar de pulcros entrevistadores no es un asunto fácil. Pero una vez inoculado el bichito de la televisión hasta el más flaite las oficia de ilustrado. A tal punto ha llegado el fervor por las luces que muchos de ellos han sido protagonistas de tres cortometrajes: “Pedro Carrales”, “De Mate en Mate” y “Amargo Amanecer”. Incluso existiría un proyecto nuevo en desarrollo.

Sin embargo, la gran dificultad es la escasa difusión del programa, debido a que sólo puede ser exhibido en una sala con capacidad para 50 personas. Casi nunca, en todo caso, la audiencia alcanza la capacidad total del recinto, debido al celo en el control impuesto por Gendarmería. Una manera algo burda de controlar lo que figura como una iniciativa de rehabilitación y posterior reinserción laboral. Lo ideal, en todo caso, sería transmitirlo en circuito cerrado a cada módulo, iniciativa que en el corto plazo carece de posibilidades reales de concretarse. Además, los reparos de Gendarmería son constantes y salir al aire, debido a la recarga laboral de los involucrados, sólo puede darse una o dos veces al mes. Para colmo, los amigos de lo ajeno, que en la cárcel no escasean, se han robado innumerables veces los cables coaxiales, que tienen que ser repuestos a partir de donaciones cada vez más difíciles de conseguir. Pero esta situación no amilana ni a tramoyas, ni a reporteros, ni a iluminadores, ni a conductores, puesto que todos están seguros de que, tarde o temprano, nuevamente los reos podrán ver una “cana al aire”. **P**

La televisión:

¿Un nuevo líder populista?

Y si es así, ¿de qué tipo de poder se trata? Estas son algunas de las interrogantes que se plantean en el siguiente artículo del investigador Pedro Guell, a partir de los datos arrojados por la última encuesta del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

■ por Pedro E. Güell



Los analistas parecen estar de acuerdo en un hecho: la política ha sido copada por los medios de comunicación de masas. Esto significa que los mensajes y conversaciones que producen tienden a definir el espacio de la actividad política y de la opinión pública, así como a imponer en las agendas lo que es y no es importante. También significa que los medios imponen crecientemente algunas de sus reglas de la representación –el rating como criterio de impacto, el sentido de un hecho a partir de su valor noticioso, la forma de hablar y de vestirse, los escenarios donde aparecer, etc.– por sobre algunas formas y criterios de representación propias de la política. Más importante aún es que esa “mediatización” de la política crea un nuevo tipo de político y un nuevo tipo de ciudadano; esto quiere decir que tiende a desarrollarse un nuevo tipo de vínculo entre quienes delegan el poder y quienes lo asumen, en condición de representantes y tomadores de decisiones.

a. Los medios están cambiando

Casi tres de cada cuatro personas piensan que los medios de comunicación han cambiado en el último tiempo.

Esta percepción varía según algunos rasgos de los encuestados. En general son las personas más postergadas –los de estrato bajo y los habitantes rurales– quienes tienden a evaluar más positivamente ese cambio, mientras que el estrato alto de las ciudades tiende a evaluarlo negativamente. Como se verá, tras esta diferencia hay razones relativas a los contenidos de esos cambios, pero no puede descartarse que la mejor evaluación de los sectores populares y campesinos se deba a un hecho práctico: ellos tendrían hoy un mejor acceso a los medios que antes.

b. ¿Cuál es el sentido de los cambios?

Los cambios más positivos que se perciben son la existencia de mayor diversidad de opiniones en los medios y la mayor cercanía de éstos con los intereses de las personas corrientes.

Entre quienes valoran la mayor diversidad de opiniones destaca el grupo de jóvenes urbanos de estrato alto y de tendencia política más próxima a la izquierda. Por el contrario, las mujeres rurales de estrato bajo y con una tendencia política más cercana a la derecha o sin identificación política, valoran más la cercanía de los medios a los intereses de la gente.

Por otra parte, **la evaluación negativa de los cambios alude al sensacionalismo, a la pérdida de valores y a la despreocupación por los intereses del país.**

Entre quienes critican el aumento del sensacionalismo se encuentra especialmente el grupo de residentes urbanos de clase alta. Las personas de estratos bajos y con cierta identificación política de izquierda tienden a evaluar negativamente que los medios se preocupan menos por los temas relevantes para el país.

c. El aumento de poder de los medios

Las personas creen que los medios no son una institución especialmente poderosa en la sociedad. De hecho, la ubican en el sexto lugar en un ranking del poder entre 14 instituciones.

Sin embargo, los encuestados creen que son los medios de comunicación la institución que más ha ganado poder en el último tiempo. Esta opinión marca una tendencia más fuerte entre los jóvenes urbanos de estrato alto. En general tiende a pensarse que los medios están alcanzando un poder excesivo. En efecto, se los ubica como la cuarta institución de entre catorce como la que tiene más poder del que debería y la última respecto de la cual puede afirmarse que posee menos poder del que debería tener.

d. El desplazamiento de la alianza en los medios

Las percepciones anteriores se relacionan a un hecho objetivo: **los medios han desplazado sus preferencias en términos de sus públicos relevantes.** La vida cotidiana de las personas y la vida interna del

Los líderes de los medios de comunicación aparecen ubicados después de los grandes empresarios y antes que los líderes políticos y el alcalde, entre aquellos que más contribuyen a conducir al país hacia el futuro.

propio mundo de los medios (como por ejemplo la así llamada "farándula"), es hoy un foco de atención cada vez más relevante. Con esto, los medios aparecen hoy menos que antes como defensores ante la opinión pública de las instituciones y de sus dirigentes y más como aliados de los públicos en su crítica a las instituciones, pero también como fuente de entretenimiento y consejero frente a los temas prácticos. Desde los matinales hasta las secciones de autoayuda o de finanzas personales en los diarios, pasando por el periodismo de investigación que ayuda a confirmar las sospechas de los públicos frente a los poderosos, los medios parecen estar convirtiéndose en un nuevo aliado de las personas, y en críticos de las instituciones y personas del poder.

La nueva alianza que se establece hoy entre los medios y las personas puede observarse en varios antecedentes de la encuesta. En primer lugar, las personas afirman que es precisamente en los medios de comunicación, junto a las escuelas y las universidades, donde la opinión de las personas pesa más que antes (de entre catorce instituciones). Esta opinión es especialmente importante entre los hombres jóvenes urbanos de clase media y con tendencia política de centro.

En segundo lugar, **los medios de comunicación aparecen como la institución que claramente más ayuda a la gente a defenderse de los abusos.** Esta opinión tiende a estar más presente entre los jóvenes de clase alta. Este punto es de gran relevancia, ya que según muestran diferentes estudios, uno de los grandes problemas que los chilenos tienen frente al poder es la percepción de un constante atropello de la dignidad y, por tanto, prevalece una suerte de humillación cotidiana ante quienes detentan mayores cuotas de poder. El hecho de que los medios de comunicación sean vistos como la institución que más ayuda a enfrentar este problema, refleja no sólo la capacidad que ellos tienen para lograr una alianza efectiva con la ciudadanía, sino que también esa alianza tiene un carácter político, aunque informal.

En tercer lugar, cabe indicar que los líderes de los medios de comunicación aparecen ubicados después de los grandes empresarios

y antes que los líderes políticos y el alcalde, entre aquellos que más contribuyen a conducir al país hacia el futuro

e. La alianza como mediación y liderazgo

Puede observarse una tendencia general a percibir a los medios como un aliado de la población común y de los asuntos de sus vidas cotidianas cumpliendo allí un rol de protección y liderazgo. Resulta sugerente comprobar que se trata de las mismas características que se le asignan al buen líder nacional según los datos de esta encuesta.

Esto podría indicar que ciertos grupos de la población se relacionan con los medios y los perciben cumpliendo una función propia de la representación y conducción política. Es decir, los medios no sólo jugarían un rol en la definición del espacio y lenguaje de la política, sino que además serían percibidos como poseedores de un vínculo de representación de las personas en ese espacio y jugando un rol de liderazgo.

Resulta sugerente, sin embargo, el tipo particular de interés ciudadano y político que manifiestan aquellos que creen que existe un sentido de alianza especialmente fuerte con los medios. No entienden más que el resto de la población los debates políticos ni se interesan más en ellos. No participan más en organizaciones sociales ni están más interesados en realizar actividades de movilización, ni están más dispuestos que el resto a asumir roles de dirigencia comunitaria o política. Es decir, no se trata de ciudadanos activamente democráticos, con una vocación fuerte de participación en las formas tradicionales de actividad cívica.

Pero, por otro lado, son ellos quienes más creen en la capacidad de los medios para servir de instrumento de incidencia en la esfera pública. Confían en la capacidad fiscalizadora de los medios, en la eficacia del rating o de las cartas a los medios para influir sobre los líderes, en los medios como defensores frente a los abusos de los poderosos, y en los líderes de los medios como conductores del país al futuro.

El análisis sugiere el apareamiento de un “ciudadano mediático que cree participar a través de la delegación de su interés y confianza al rol que los medios pueden cumplir en la instalación de agendas y en la influencia de las decisiones públicas. Este nuevo sujeto confía en que en esa actividad los medios representarán sus intereses mejor que nadie, especialmente su demanda de protección frente a los abusos de los poderosos. De esta manera, el ciudadano mediático no es pasivo: él convierte a los medios en líderes representativos y delega su ciudadanía en ellos. Esta relación probablemente se refuerza por la codeterminación de la oferta y la demanda de medios. Aquellos medios que mejor satisfacen este liderazgo probablemente son más demandados por estos públicos, lo cual refuerza el perfilamiento de ese rol.

El liderazgo de los medios que se constituye en esta relación es, en todo caso, ambivalente. Podría tal vez hablarse de un “populismo mediático”. Los medios no sólo originan un espacio de comunicación centrado en los

intereses de protección y reconocimiento de la “plebe”. También generan una red de vínculos virtuales entre los mundos relevantes para ellos. Así como en la mañana el programa matinal acompaña a la madre en su quehacer doméstico, en la tarde la hace partícipe en una inauguración del alcalde y en la noche le explica los avatares de la guerra del Medio Oriente. En un mundo amenazante por su globalización y complejidad, los medios parecen cumplir, para un sector importante de la población, esta función mejor que la política. Además, éstos generan campañas de ayuda directa,

conectando a sus públicos con las emociones del drama humano y mostrando soluciones concretas. Con ello sugieren de paso una suerte de desinterés e incapacidad de las instituciones y proponen una personalización de las acciones públicas a través de los conductores de programas.

Pero a pesar de este reconocimiento y vínculo, es muy escaso el grado de influencia que este sujeto tiene para representar sus intereses en los diversos medios de comunicación. Sucede más bien que estos últimos recogen a través de diversas técnicas –encuestas, estudios de opinión, rating, etc.– los intereses de la ciudadanía y luego aplican esta información en sus estrategias para capturar audiencia. Pero este tipo de vínculo, que opera según intereses económicos, está lejos de propiciar la construcción de un genuino espacio de opinión pública.

Una comunicación propiamente democrática no se logra sólo a través

de la explicitación y escenificación de problemas puntuales, sino que también requiere de elementos que propicien la construcción de una voluntad general.

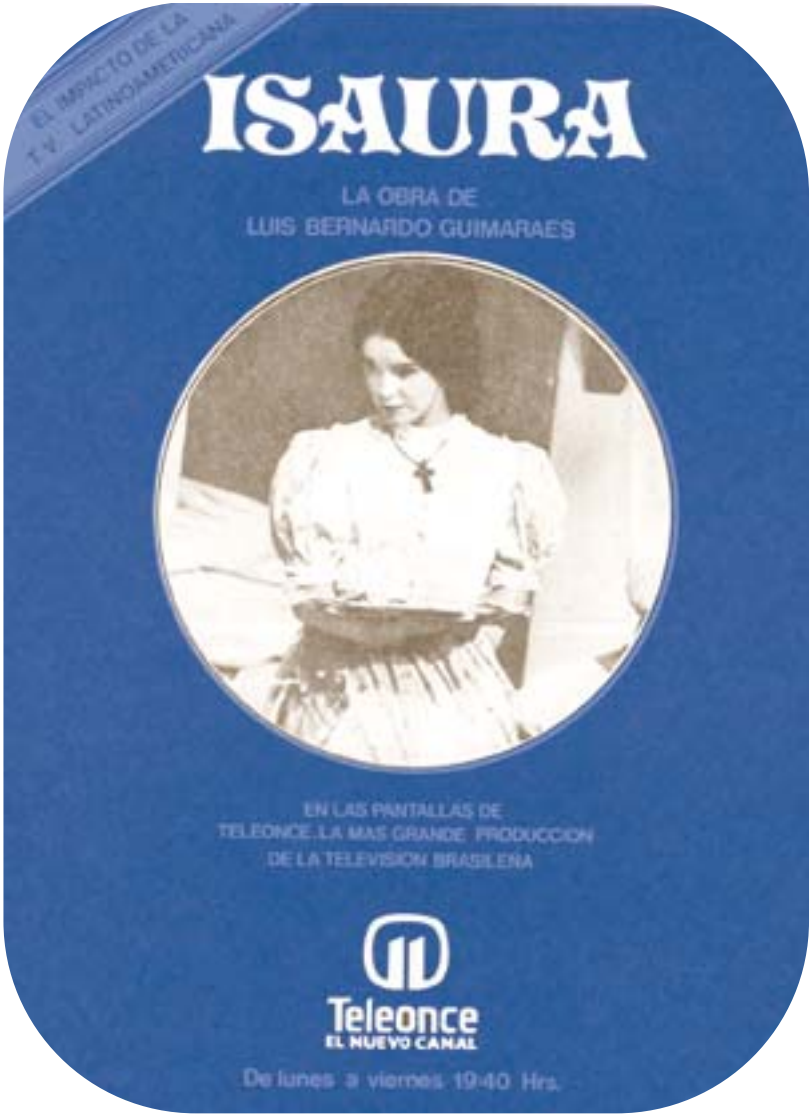
Se trata entonces de una relación entre los medios y sus públicos que produce una suerte de subsistema político. Allí hay ciudadanos mediáticos,

líderes populistas, una definición de realidad y una agenda puesta por los medios y una representación de los conflictos, triunfos y derrotas colocada también

La relación entre los medios y sus públicos produce una suerte de subsistema político. Allí hay ciudadanos mediáticos, líderes populistas, una definición de realidad y una agenda puesta por los medios y una representación de los conflictos, triunfos y derrotas colocada también por ellos.

por ellos. El mencionado copamiento de la política por los medios podría significar entonces algo más que la compulsión de la clase política por aparecer en los medios. Se trata de una duplicación o reemplazo de la relación entre ciudadanía y sistema político por su simulacro medial.

Esta relación, ¿empodera a la ciudadanía? Como se ha visto, los medios constituyen una necesidad para una democracia sólida y entregan herramientas simbólicas y prácticas para sus audiencias. Pero al mismo tiempo, lo hacen al precio de integrarlos a un modo de constituir lo público que se asemeja al de una delegación populista, lo cual termina limitando sus capacidades ciudadanas reales. **p**



■ Publicidad de la versión original de la teleserie “La Esclava Isaura”.



■ Malú Gatica y Raúl Matas.

Ondas y señales Vehículos de la memoria

Los primeros años de la televisión en Chile serán testigos de un proceso de disputa entre quienes ven en ella una expresión de la investigación científica y perciben su proyección prioritariamente como medio de educación y quienes la aprecian como un nuevo y potente producto de la industria cultural esencialmente orientada a la actividad de entretenimiento y de atención al tiempo libre. ¿Cómo se ha resuelto esta disputa?

■ por Claudio Rolle

La televisión no apareció en Chile de manera inesperada, sorpresiva. En efecto, la televisión como fenómeno de las comunicaciones se hace presente en Chile varios años antes del inicio de la actividad televisiva propiamente tal, a través de informaciones en revistas, periódicos y cancioneros, además de referencias fílmicas, impulsando la generación de expectativas, por otra parte muy ligadas a las pautas de comportamiento características de la industria cultural y tecnológica. Desde los años cuarenta varias revistas de sellos discográficos, como La Voz de RCA Víctor, daban cuenta de los avances en materia de experimentación en los Estados Unidos y

luego, en los años cincuenta, transmitían una imagen de la sociedad norteamericana donde la televisión aparecía como indicador de un cierto nivel de desarrollo y adelanto. Así, cuando a finales de los años sesenta se iniciaron los esfuerzos más serios para hacer televisión en el país, la aventura que esta empresa implicaba parecía tener riesgos limitados. De hecho, se buscaba insertar a Chile, a través de este medio, con una de las más grandes corrientes de desarrollo tecnológico a nivel mundial, en momentos en que se vivía la consolidación de uno de los ciclos de expansión más decisivos en materia de historia de las comunicaciones de masas. La televisión se integraba a un proceso de

masificación de las expresiones de la cultura que venía desarrollándose en Chile desde hacía al menos 20 o 30 años y parecía contar con la garantía de las experiencias de otras naciones y, en particular, con el respaldo técnico y científico de los Estados Unidos, convertido ya en los años cincuenta en un referente permanente no sólo en el terreno del alineamiento político. Sobre todo existía la ansiosa espera para poder integrarse a la nueva expresión de la modernidad, teñida ya de un sello de innovación seductora y de una cierta idea de bienestar y prosperidad. Con el paso del tiempo el aparato receptor de televisión se convertirá en el telón de fondo para la vida de la segunda mitad del siglo XX. Esta referencia a la omnipresencia de la imagen de televisión en la memoria moderna se hará cada vez más fuerte y evidente en la medida que se extienden los horarios de transmisión y las emisiones de programas condicionan la vida cotidiana de los telespectadores, reemplazando en ocasiones a la música popular como vehículo del recuerdo. Desde un determinado momento en el siglo XX la memoria y la vida de las personas no sólo tiene una suerte de columna sonora, sino también algo como un videoclip personal donde se reúnen las imágenes más o menos dispersas recogidas de la presencia de la televisión en nuestras vidas.

El carácter experimental y científico de los primeros años de televisión, que se ve reflejado en la presencia en los estudios de ingenieros y técnicos universitarios con batas blancas propias de los laboratorios científicos, se irá debilitando con la masificación de las televisiones y el surgimiento de una demanda de programación variada, que exige no sólo información y educación sino también –y de manera creciente– entretenimiento.

mercado global de productos para el ámbito televisivo, en paralelo al fortísimo desarrollo de un mercado musical especializado por edad que potenció la circulación transnacional de la música popular, asegurando un grado de influencia impensado algunas décadas antes. De algún modo, en su conjunto, la época de la llegada de la televisión a Chile es también la época de la consolidación de una multinacionalización de la industria cultural con una sonoridad invasiva, que combinaba elementos de la radio y el cine pero dotándolos de un nuevo carácter. Sobre todo dada la capilaridad y la universalidad de códigos reportados a través de las pantallas, resultaba posible englobar diversas formas de comunicación, de las más tradicionales hasta las más nuevas, aproximando diferentes niveles de cultura hacia una homogenización hasta entonces no lograda por ningún otro medio.

Conviene recordar que el desarrollo del nuevo medio de comunicación de masas inicia su vida en Chile revestido de un carácter explícitamente experimental, en el ámbito universitario y con transmisiones esporádicas de carácter tentativo, si bien se percibe con claridad en el año de la primera emisión televisiva el enorme potencial que ofrece. Esto explica en parte la



■ Carmen Ibáñez y Enrique Maluenda



■ Los Bochincheros

Adaptación y nuevos lenguajes

La televisión vino a proponer nuevos lenguajes y desafíos que afectaron a otros medios de comunicación de masas. A comienzos de los sesenta se produjo una progresiva transformación del espacio de la radio en la vida de la sociedad. Nacida como un medio universal, capaz de reunir en torno a sí a toda la familia, según se decía en la época de su primer desarrollo, la radio era ahora suplantada por la televisión. Se pensó entonces que estaba destinada a desaparecer, augurios que también se hacían recaer sobre el cine. Sin embargo, la radio demostró una notable capacidad de adaptación. Así, de medio universal la radio se transformó en pocos años en un medio mucho más segmentado dirigido a públicos específicos como jóvenes y mujeres, entre otros. En Chile, de manera similar al caso italiano –como ha propuesto Peppino Ortoleva–, la radio pasó de medio de entretenimiento e información a medio de acompañamiento, generando un “flujo de noticias, música y conversaciones que podía acompañar todo el día, renunciando (salvo en momentos excepcionales) a producir espectáculos para producir más bien ambiente”. La capilaridad de la radio, ese rasgo distintivo del medio de las ondas, parecía conservarse e incluso potenciarse al ser compartido con la emergente televisión, que llevaría el lenguaje de las imágenes en movimiento, con sus emociones y códigos, sus lógicas y retóricas al interior de los hogares, al mundo privado.

Una “nueva gramática”

Con el inicio de las transmisiones de televisión se establece una nueva fase en el lenguaje de las imágenes en movimiento y en los modos de comunicarse de los chilenos. En efecto, lo que a inicios del siglo XX había significado la adquisición de una “nueva gramática”, la de las imágenes en movimiento que proponía el cine, tiene ahora una segunda fase con códigos algo diferentes de los que los filmes habían propuesto, sobre todo por la escenificación en el espacio cotidiano y doméstico, lo que daba una eficacia diversa a las influencias y modelos propuestos. Por otra parte, la televisión consiguió de una manera mucho más nítida y rápida de lo que lo había hecho el cine en las décadas precedentes, situar a los Estados Unidos a la cabeza de un

cautela y el resguardo con que es tratado este medio, permitiendo descubrir que la televisión no sólo generaba expectativas en el público general, sino también en las autoridades e instituciones de educación y formación de opinión. Como es sabido, la regulación para el nuevo medio quedará bajo la tutela de las universidades y más tarde, a una década de los primeros ensayos de transmisiones, se incorporará al mundo de la televisión el canal estatal, confirmando la política de exclusión del mundo privado de este ámbito de las comunicaciones. De este modo, en pocos años se pasará de transmisiones cautas y de brevísima duración a emisiones menos cautas, con aspiraciones de programación extendida, para luego de unos 10 años, tener canales de televisión cada vez más presentes –y hasta invasores– en la vida cotidiana, alcanzando en los años ochenta características de dominación en la vida cotidiana. El carácter experimental y científico de los primeros años de televisión, que se ve reflejado en la presencia en los estudios de ingenieros y técnicos universitarios con batas blancas propias de los laboratorios científicos, se irá debilitando con la masificación de las televisiones y el surgimiento de una demanda de programación variada, que exige no sólo información y educación sino también –y de manera creciente–, entretenimiento.

El mundo del espectáculo

La generación de un espacio “público privado” provocado por la presencia del espectáculo audiovisual instalado en los hogares traerá, como es bien conocido, significativos cambios en las costumbres y en las expresiones de cultura de la sociedad contemporánea. Un caso especialmente significativo de esta nueva situación de mezcla de ámbitos se presenta con la llegada de series televisivas extranjeras y con la proyección de filmes en donde, de alguna forma, se da una trivialización de la muerte, presentada muchas veces de manera cotidiana y como parte del espectáculo de la televisión, heredando un espacio que el cine había abierto antes. Este acostumbramiento frente a lo excepcional y la domesticación del espectáculo extraordinario, que suponía una actividad recreativa per se –ir al cine–, llevará a varias generaciones de televidentes a ver en sus casas situaciones violentas,

traumáticas o perturbadoras como algo normal y casi regular. De un modo similar, la escenificación de vidas y costumbres de otros lugares se incorpora a la intimidad de los hogares con condiciones análogas a la de la violencia y la muerte seriada de westerns y filmes sobre gángsters, esto es de manera regular y periódica. El impacto que durante años creó la serie sobre Peyton Place (serial de TV norteamericana llamada La caldera del diablo, que comenzó a difundirse en 1967) es un indicador de este efecto, que está en la base de las primeras críticas al abandono de la tarea educativa de la televisión a favor del potenciamiento de la actividad distractiva y de atención al tiempo libre.

El tránsito desde el ámbito de la educación al territorio de la industria de la entretención concedió espacio, con todo, a experiencias intermedias, donde se buscó combinar la representación de dimensiones de la vida nacional, rescatando valores y logros, combinados con rasgos de humor y distracción, como sucede con varias producciones dramáticas realizadas para la televisión entre las



■ Noticiario 1967

que destacaron algunas experiencias de series costumbristas como la producción El litre 4916 (serie difundida por Canal 13 el año 1965, protagonizada por Jorge Yáñez, Kika, Luis Vilches y Sonia Viveros), o espacios de comedia con guiños locales.

Un último aspecto que deseo proponer en estos apuntes sobre los primeros años de televisión en Chile, se refiere a la idea de competencia entre las estaciones emisoras presente desde los orígenes de la actividad, cuando aún se estaba en fase de experimentación. Luego, iniciadas ya las transmisiones regulares y lograda una cierta masificación del consumo televisivo, será fundamental el desarrollo de estrategias publicitarias y la transformación de los modos y medios de producción televisiva. Esto hará posible, por una parte, la consolidación del tránsito de lo experimental a lo profesional y, por otra, el crecimiento de las estaciones, la creación de un cierto estilo de trabajo que comienza a teñirse de divismo y la proyección de una dimensión de servicio público a través de la puesta en marcha de servicios informativos llamados en el corto plazo a desempeñar un significativo papel político y social.

Entre los años de experimentación y primeras pruebas y la masificación de la televisión en Chile durante el mundial de fútbol de 1962, se producen otros significativos cambios ligados a la cultura popular de masas y que, en cierto modo, serán disociables del nuevo medio que se identificará con el lenguaje de la innovación continua. Entre ellos probablemente uno de los más decisivos sea el emerger del mundo juvenil como cuerpo consumidor de manifestaciones culturales modernas, que hará propio el lenguaje de la televisión rápidamente y que en las generaciones sucesivas no entenderá el mundo sin esa caja de maravillas, que da la lengua franca a la parte final del siglo XX, integrando a Chile a un mundo global como la pelota del mundial del 62 o la fiesta universal de ese mismo año cantada por Los Ramblers. En pocos años nos cambió la imagen del mundo y nuestra forma de comunicarnos de manera muy decisiva. **P**



En la ciudad diseminada sólo el medio audiovisual posibilita una experiencia-simulacro de la ciudad global: es en la televisión donde la cámara del helicóptero nos permite acceder a una imagen de la densidad del tráfico en las avenidas o de la vastedad y desolación de los suburbios y los barrios de invasión, es en la televisión o en la radio donde cada día más gente conecta con la ciudad en que vive. En unas ciudades cada día más extensas y des-centradas la radio y la televisión acaban siendo el dispositivo de comunicación capaz de ofrecer formas de contrarrestar el aislamiento de las poblaciones marginadas estableciendo vínculos culturales comunes a la mayoría de la población. (Martín Barbero, 13)

La otra señal sintomática del “cambio de lugar” de la cultura en la sociedad la constituye la des-ubicación y el desplazamiento que introducen los medios y tecnologías de la comunicación: mientras ostensiblemente –al menos en América Latina– se reduce la asistencia a los eventos culturales en lugares públicos, tanto de la alta cultura (teatros, museos, ballet, conciertos de música culta), como de la cultura local popular (actividades de barrio, festivales, ferias artesanales) la cultura a domicilio crece y se multiplica desde la televisión herziana a la de cable, las antenas parabólicas, y la videograbadora que en varios países supera ya el cincuenta por ciento de hogares, a la vez que en los estratos medios y altos crece rápidamente el uso del computador personal, el multimedia y el internet. El cine especialmente, y también el acceso a conciertos, a la plástica, al teatro y la danza, son mediados cada día más intensamente por el vídeo casero y la televisión. Las tecnologías audiovisuales sacan el arte de sus “lugares propios” reubicando su acceso y su disfrute en el espacio doméstico, ampliando sus públicos y transformando sus usos. La diferencia que jerarquiza los públicos, en sus posibilidades y opciones culturales, pasa ahora por la cantidad y calidad de los equipamientos caseros: mientras los de más altos ingresos –vía electrónica y suscripciones individuales o familiares– disfrutan de la mejor oferta a la vez amplísima y especializada, la variedad y calidad de la oferta desciende a medida que desciende el ingreso. En la relación de la creación cultural con sus públicos la mediación tecnológica no sólo des-ubica los lugares y modos de acceso, también está replanteando profundamente la separación entre prácticas de creación y consumo, como lo atestiguan especialmente las generaciones más jóvenes. (Martín Barbero, 15)

Concentradas en preservar patrimonios y promover las artes de elite, las políticas culturales de los Estados han desconocido por completo el papel decisivo de las industrias audiovisuales en la cultura cotidiana de las mayorías. Ancladas en una concepción básicamente preservacionista de la identidad, y en una práctica desarticulación con respecto a lo que hacen las empresas y los grupos independientes, las políticas públicas están siendo incapaces de responder al reto que plantea una integración gestionada únicamente por el mercado. Y ello cuando el neoliberalismo, al expandir la desregulación al mundo de la comunicación y la cultura, está exigiendo de los Estados un mínimo de presencia en la preservación y recreación de las identidades colectivas. (Martín Barbero, 18)

Jesús Martín Barbero

claves de debate: televisión pública, televisión cultural: entre la renovación y la invención.

Televisión Pública: del consumidor al ciudadano. Programa de medios de comunicación, Fundación Friedrich Ebert. Enero, 2001. **P**



[pensar la tele]

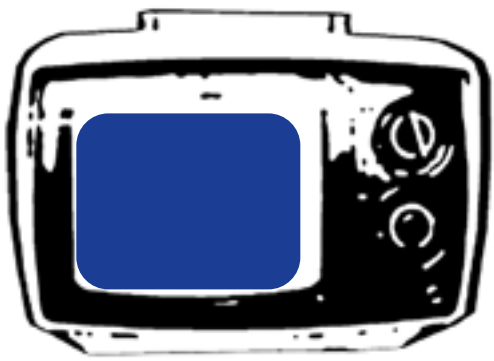
La gente de la tele estamos aburridos que académicos, intelectuales, los del cine, el arte y la cultura nos miren arrogantemente feo a los “televisivos”; ellos quieren demostrarnos en cada frase, en cada look que son mejores. Si no nos quieren a los “televisivos” por qué se dejan seducir tanto por la pantallita, por nuestro cielo light. Tal vez, porque son también hijos de la tele, habitan su cielo de estrellas, les encanta su ironía leve para significar, creen que para hacer parte de la memoria colectiva de una nación deben estar en televisión. Seducidos van a la pantalla y creen poder convertirla en

inteligente, sólo porque ellos van. Pero no, nadie sale ileso de la pantalla; quien viene a la tele pierde su profundidad para ganar su levedad, diluye su dignidad y comienza a hacer parte de esa afectividad pública que tanto nos disgusta, comienza a participar de la religión que dice que lo importante en la vida es ser visto en la tele y de los que gozan como tontos cuando le dicen en la calle: “¡A ud. lo he visto en televisión!”. Señor intelectual, cineasta, artista y culturólogo, la máquina televisiva no perdona; ella atrapa y destruye la pesadez para producir cultura leve, pensamiento efímero e identidad en flujo.



[culturas]

Hablamos de cultura(s) porque somos parte de diversas comunidades de referencia, sentido e imaginación. Cultura es aquello que “queda antes del olvido” sé que dijo un filósofo, eso escuché en la radio. Cultura son aquellos actos de significados públicos, colectivos y abiertos; hay cultura en las experiencias donde se produce, comparte y reconoce conciencia y sentido, eso leí alguna vez en Clifford Geertz. Cultura es más “la mirada” que lo que se mira, conversé con mi maestro Jesús Martín-Barbero; lo cultural está más en los conceptos, historias, relatos, experiencias desde donde se asigna sentido que en los contenidos en sí mismos. Yo, un habitante de la pantalla televisiva, creo que cultura es aquello que interpela de modo más contundente a un sujeto en una comunidad; por eso creo que la televisión, el fútbol, la moda y las músicas son tal vez nuestros lugares culturales más significativos; por lo menos, las representaciones más comunes que tenemos de nosotros mismos y ese drama del reconocimiento y la referencia.



[patrimonio]

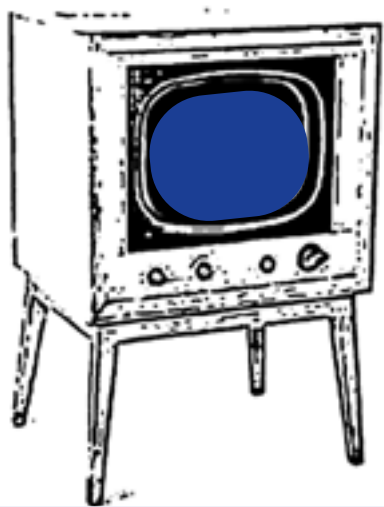
Lo patrimonial está ligado a la memoria y la identidad. La memoria, aquello que hace parte de nuestros modos de sentir, ser y habitar el mundo de la vida. La identidad, aquello que nos marca diferencia para hacernos parte de un imaginario, una historia y unos símbolos. Y es ahí, en los modos de marcar la memoria y producir la identidad donde los habitantes del mercado somos como nuestros medios de comunicación. Siendo “groseros” podemos afirmar que los medios de comunicación en sus estéticas, narrativas y relatos son patrimonio inmaterial de la humanidad.

[recordar es vivir]

En una investigación (Posgrado de Periodismo de la Universidad de los Andes, Ministerio de Cultura y Convenio Andrés Bello, 2004) sobre la forma y las representaciones del tema cultural en la televisión colombiana se encontró que:

- su aparición es menor o inexistente,
- su duración es máximo de 30 segundos,
- aparece cuando está vinculada a un evento convertido en fashion,
- sólo interesa cubrir el glamour alrededor de la cultura,
- generalmente se le da un tono de postal turística,
- si un artista de la farándula asiste o está en la obra se le visibiliza,
- se informa en directo como recurso para demostrar el interés del canal en la cultura, y
- se enfatiza en el rostro del periodista o modelo que informa más que en la expresión cultural que se narra.

La conclusión es alucinante: La cultura sale en la televisión sólo si puede producir efectos afectivos y poca reflexión; sólo si se personifica en una celebrity reconocida; sólo si se relaciona lo cultural con la fiesta, el baile, la música, el cuerpo, la comida, el fútbol, los héroes mediáticos y musicales. Según el evangelio de la tele, Colombia culturalmente es una nación que vive y sueña y significa para el turismo, la fiesta, de gente bella y de buena energía, y que se celebra, a sí misma, en una cantidad de orgullos patrioterros. Afirmación: Lo light y el espectáculo es todo lo cultural, toda la tradición e identidad que reconoce la televisión de un país llamado Colombia. Así, la lógica cultural cedió su lugar a la lógica del entretenimiento, ya que ésta determina el tratamiento de lo poco simbólico que atraviesa la pantalla.



[lo inmaterial es la patria]

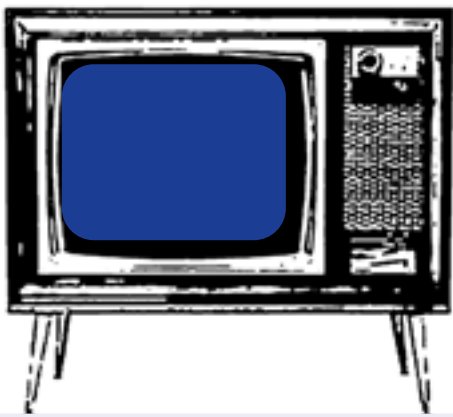
Charly García vino a Bogotá (julio, 2005) y alborotó el nacionalismo light, ese de farándula, ese hecho de tonterías, ese producido en las secciones de pensamiento cero; ese de toda la televisión. Todo lo que dijo fue “hola, cocalombia”. Entonces, vino la indignación mediática nacional. Lo único que nos queda de significado colectivo es la “buena imagen light de la nación”, poco de reflexión y nada de eso llamado pausa, reflexión, pensamiento. ¡De eso nada pega en la pantalla televisiva! Como habitante de la cultura, prefiero a Charly y su rock explosivo y su pensamiento tierno que los patrioterismos culturalistas de las presentadoras de farándula y los periodistas sin imaginación y los canales del rating. Pedirle algo (de cultura) a la histeria televisiva es utopía mundial. Lo peor es que la televisión es cultura en cuanto contiene los referentes colectivos más comunes para una comunidad y porque establece los modos de significar de una comunidad. ¡Ojalá fuéramos capaces de apagar el televisor cuando algo no nos gusta! ¡Qué viva nuestra cocatevé!

[la televisión es nuestro patrimonio sentimental]

Los medios de comunicación, sobre todo la tele, son patrimonio afectivo, sentimental, existencial. Patrimonio efímero tal vez, contradictorio de seguro; pero, es patrimonio inmaterial porque es memoria e identidad que se queda pegada a nuestro cerebro cultural. E irónicamente, aunque la televisión propone como filosofía el olvido, tal vez sea de lo poco que nos queda antes del olvido total. Somos más la televisión que hemos visto, que la historia aprendida o los monumentos visitados o las artes consumidas; esa es la vitalidad y potencia simbólica de la televisión.

La televisión es patrimonio inmaterial afectivo por sus historias inolvidables, sus cómicos de emoción histórica, sus estéticas de rostros y hablas, sus personajes que se convierten en habitantes de nuestra vida. En cada país somos ese gusto popular musical de la tele, esa feria de apariencia de la farándula, ese entretenimiento informativo de cada noche. Los sueños e ilusiones televisivas son nuestro patrimonio. Puede que no nos guste, pero lo es. Querido lector, no puede negar que somos mucho de las telenovelas, series, comedias y programas que hemos visto y veremos.

Puede que Ud. no sienta que por ahí pasa su identidad, puede que Ud. diga que nunca vio nada porque estaba leyendo o en el teatro, puede que Ud. sea muy culto porque no se reconoce en los mensajes, historias y personajes televisivos; pero, aunque sea de oídas o por contagio social, los modos de hacer televisión, sus historias y afectos se le han metido en su memoria cultural. ¡Eso es patrimonio cultural (memoria e identidad)! ¡Eso es cultura (significado colectivo)! Y todo porque la pantalla como máquina narrativa nos sirve a todos como referente, imaginario, encuentro. Patrimonio afectivo, frágil y débil, pero emocionante.



[expresar]

Aún más, la televisión también es cultura en cuanto expresa y significa desde las estéticas de cada uno, de cada sensibilidad y de cada historia. La televisión es pantalla para la identidad en cuando produce narrativas para el encuentro colectivo. Claro que para ser significativa hay que afirmar que no hay un solo modo de expresarse en televisión; eso quiere decir abandonar el dogmatismo del rating y el cinismo de la industria.

La televisión es cultura si posibilita la expresión desde la diversidad de sentidos, estéticas y tradiciones que habitan la sociedad. En televisión, lo cultural se afirma y hace posible cuando cada diferencia puede construir su propio universo expresivo y estético. Esta presencia de lo diverso no se refiere sólo a lo étnico y lo regional sino que abarca lo femenino, la orientación sexual, los jóvenes. La televisión es cultural, entonces, en cuanto en sus imágenes, ritmos, texturas y colores promueve diversidad de sensibilidades expresivas. **P**

DISCURSO TELEVISIVO y espacio público

¿Es realmente la televisión capaz de moldear la manera de pensar de la gente? ¿"Leen" en ella lo mismo los televidentes que los intelectuales que la critican? ¿Es posible encontrar un terreno analítico que se distancie de la falsa alternativa que supone que sólo es posible un juicio condenatorio de la TV actual? Estas son algunas de las interrogantes que plantea aquí Eduardo Santa Cruz.

■ por Eduardo Santa Cruz A.

Con matices o énfasis distintos, durante los últimos años ha sido rutinario conocer una visión crítica y condenatoria sobre la programación televisiva. El tipo de argumentos acerca de la naturaleza de la TV y sus efectos sociales no hace sino reproducir una visión de larguísima data y a la cual respondió, por ejemplo, Umberto Eco hace ya tres décadas al señalar que, por sí sola, la TV no logra formar la manera de pensar de una generación y sospechar de que los receptores muchas veces leen la TV diversamente de cómo la leen quienes la hacen; o cómo la leen parte de quienes la consumen de otro modo y, sobre todo, de cómo la leen la totalidad de los intelectuales que la analizan. El punto sería encontrar un terreno analítico que se distancie de la falsa alternativa que supone que sólo es posible un juicio condenatorio repetitivo, encapsulado, y cuasimetafísico o la aceptación naturalizada de la realidad televisiva, como una simple expresión epocal, al igual que se hace con el orden social, sus fines y sus supuestos.

Televisión, mercado y consumo cultural

A poco de comenzar el régimen democrático se comenzó a masificar en nuestro país la TV codificada y rápidamente se desarrolló en ese mercado un proceso de concentración y centralización de la propiedad. En los últimos años, la aparición de la TV satelital y recientemente la codificada digital, con sus diversificados sistemas de servicio básico y *premium*, han llevado a la

coexistencia de diversos sistemas televisivos con una oferta programática de carácter universal. Paralelamente, la TV abierta incursiona en la oferta mundial, a través del cable, así como surgen canales segmentados nacionales en la señal codificada.

Lo que existe, entonces, es un mercado crecientemente segmentado encuadrado en un modelo genérico de TV comercial que trabaja con formatos, géneros y rutinas más bien universales. En ese marco y teniendo como motivación central la lucha entre canales por la inversión publicitaria, es que se produce la necesidad para ellos de establecer relaciones y complicidades estrechas con una mentalidad y un sentido común masivos. Todo ello acrecentado por el hecho de que la modernización instala a los canales nacionales en una competencia global, atendiendo a la variedad de ofertas televisivas universales, enfrentadas a una demanda que transita, vía zapping desde lo universal a lo particular y viceversa.

Además, se establece una compleja relación con otros discursos y contextos sociales y culturales, contribuyendo a sedimentar visiones y lecturas de la sociedad chilena actual, que incorporan temáticas, interpretaciones y re-escrituras de su presente y pasado. Así, el discurso televisivo que recorre nuestras pantallas asume más claramente la noción y forma de flujo, antes que de totalidad cerrada y autosuficiente. En ese contexto es posible concebir

a la TV abierta como un actor sociocultural, productor de discursos y difusor de sentidos. Incluso, pareciera que la realidad del mercado antes señalada conlleva a que los procesos de segmentación le exigen afinar y orientar más delicada o finamente sus lecturas interpretativas de la sociedad chilena.

Se puede sostener que el discurso de la TV de libre recepción lleva a cabo una operación sistemática para crear efectos de sentido sobre la vida y cultura cotidiana. En esa perspectiva establece una relación compleja con el sentido común e imaginarios colectivos, en un plano de interacciones y mutuas determinaciones. Se trataría de una racionalidad no exterior a dicho sentido común, sino que parte de la misma visión de mundo hegemónica. En ese sentido, el discurso televisivo no es discernible desde su pura inmanencia, sino desde la radical historicidad de toda estrategia comunicacional o periodística.

Las estrategias comunicacionales, en el sentido amplio, operan de manera trascendente en, sobre y desde procesos socioculturales profundos: formación de identidades, intercambios y producción simbólica, etc. Por eso su estrecha ligazón con el sentido común, ya que éste en tanto materialización masiva de una cierta visión de mundo, constituye *un modo de pensar y operar* y al cual corresponde siempre una norma de conducta, una práctica. Por ello, tal vez si su influencia más duradera y significativa es la que dice relación con la cultura cotidiana de masas, es decir, con formas de sociabilidad, vida asociativa, interacciones simbólicas en el plano de los usos y las costumbres, en suma, contribuyendo a generar una cierta manera de vivir.

Lo anterior implica también que la comprensión y análisis de dicho rol requiere necesariamente dar cuenta de las hegemonías culturales e ideológicas a niveles más globales. En este período ello supone remarcar la importancia de la naturalización del orden y los fines sociales, a partir de la consagración de la economía de mercado y la democracia liberal como los únicos soportes posibles de cualquier ordenamiento social presente o futuro. Ello reduce lo político y lo público, como se entendía en períodos anteriores, al ámbito de la mera gestión o administración, favoreciendo los procesos de individuación y privatización de la vida social. En ese marco, la TV abierta opera de manera significativa en la escritura y construcción cotidiana de la realidad nacional, semantizando su instalación en los procesos universales y globales de desarrollo del capitalismo actual. Todo ello de manera incluyente, globalizando lo particular y nacionalizando lo global.

La TV abierta aparece como un ámbito con ventajas comparativas frente a otros, predominantes en otras épocas, como el sistema de partidos o los sindicatos, para relacionarse directamente con los individuos, recoger sus demandas circunscritas a ámbitos específicos, difundirlas, generar debates en torno a ellas y, muchas veces, darles satisfacción. Dicho de otra forma, no estamos frente a una estructura o aparato que desde un exterior a lo social y dotado de plena coherencia, unidireccionalidad y univocidad discursiva, amalgame ideológicamente el orden social, sino más bien a un complejo tramado de relaciones, oposiciones y mediaciones, sometidas a la lógica de los intereses particulares y procesos históricos en plena evolución y desarrollo.

La TV: ¿conductor y servidor de las masas?

Debilitados, por decir lo menos, o francamente desaparecidos los movimientos populistas clásicos, o los Estados nacional-desarrollistas o una izquierda con fuertes proyectos ideológicos, la hipótesis a levantar es que todo ello generó un vacío ocupado por actores como la TV, que han encontrado las mejores condiciones para constituirse en los fundamentales referentes de construcción de imaginarios colectivos masivos, en torno a lo político, lo público y los procesos de modernización.

De allí, la presencia cada vez mayor de *la gente y sus problemas concretos* como componentes de la parrilla programática y como enunciario predilecto. Es decir, la TV operando como escenario de lo público, entendido éste como una suerte de prolongación o sumatoria de los problemas individuales y, a la vez, ofreciéndose como instrumento de la gente para difundir y satisfacer las demandas, no de actores o sujetos sociales, sino de diversos segmentos de



Foto: Juan Guillermo Mellado

audiencia. Este ciudadano actual, concentrado en sí mismo y en sus intereses particulares, se desplaza a lo social como en un acto segundo, cuando lo colectivo amenaza su pequeño mundo. De allí que aun cuando sea capaz de movilizarse social o políticamente, ello no tiene lo global como horizonte.

Para ello, la TV cuenta con una extensa gama de formatos que le permiten incluso construir metatextualidades al interior de su malla programática, en torno a un problema o una demanda: programas de conversación, reality show, telenoticieros, reportajes especiales, programas matinales, etc. La TV se postula así como el gran defensor de los débiles frente a los distintos poderes (como aparece

La plebeyización del discurso televisivo va mucho más allá del uso de un lenguaje procaz o vulgar que escandaliza a algunos. Se trata de la cooptación de costumbres, gustos, modos de habla e imaginarios que remiten a lo masivo y que se entroncan con raíces culturales populares, pero en esta época desprovistos o limpiados de todo sedimento identitario o clasista.

recurrentemente en los noticieros o programas periodísticos en general, en las quejas y denuncias de consumidores frente a las empresas, públicas o privadas), su representante, vocero, pero también orientador y guardián de una normatividad sobre los valores, el bien y el orden, sistematizando la vida cotidiana haciéndola sinónimo de modernización. Es decir, el proyecto modernizador naturalizado aparece reducido a una manera de estar en el mundo y en la época. Asimismo, la plebeyización⁽¹⁾ del discurso televisivo va mucho más allá del uso de un lenguaje procaz o vulgar que escandaliza a algunos. Se trata de la cooptación –absolutamente necesaria y mecanismo común a los populismos– de costumbres, gustos, modos de habla e imaginarios que remiten a lo masivo y que se entroncan con raíces culturales populares, pero en esta época desprovistos o limpiados de todo sedimento identitario o clasista.

Dichos procesos son los que han permitido la construcción de una suerte de *base social de apoyo* a las hegemonías actuales, que tendría la fisonomía de una mentalidad de clase media recién llegada a la modernidad y al consumo y con incrustaciones de fragmentos residuales, fuera de contexto histórico y social, de elementos de la cultura popular, desprovistos de toda referencialidad y convertidos en meros significantes. **P**

1.- La idea de plebeyización dice relación con el hecho de que dificultada o negada la posibilidad discursiva de un sujeto popular dotado de autonomía y capaz de articular desde sí mismo una visión y proyecto de sociedad como ocurrió en el siglo pasado, el discurso hegemónico actual recoge fragmentos y residuos de eso anterior y así lo popular es presentado como sumatoria de grupos e individuos necesitados y como masa de consumidores, es decir, una aglomeración carente de toda organicidad y capacidad proyectual, como versión reciclada de la plebe, forma propia de un sector popular en etapas previas a la modernidad.





■ Interpretación libre de una Carta de Ajuste, del colectivo de arte Inoxidable Neopop para Revista Patrimonio Cultural.



Foto: Gentileza Corporación de Televisión de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.

Nivia Palma: “La TV es parte sustantiva de nuestra memoria”

La conservación y difusión de los archivos televisivos patrimoniales es, según la Directora de Bibliotecas, Archivos y Museos, Dibam, “un tema país”. Y, por tanto, la institución ha asumido la responsabilidad que le cabe en la preservación del material audiovisual que se produce en Chile, para que las nuevas generaciones conozcan en pantalla “lo que hemos sido y lo que somos”.

¿“Don Francisco” en la Biblioteca Nacional? ¿Por qué no? En un futuro cercano, ver un show de Raúl Matas o un partido del Mundial del 62 será tan normal como consultar un periódico, un libro del siglo XIX o una revista de los años 30. “Ha llegado el momento de que la televisión sea considerada como un bien patrimonial”, dice enfática Nivia Palma, Directora de la Dibam. Así, entendiendo a la televisión como pieza clave en el registro y construcción de la memoria colectiva y fundamental para comprender a la sociedad chilena, propone una alianza con los canales para resguardar y conservar los registros televisivos.

¿Qué relación existe entre la TV y el patrimonio?

Hay distintos e innegables vínculos. La televisión es, en sí misma, un

soporte de muchos contenidos patrimoniales, comprendiendo que el patrimonio es muy diverso. En ese sentido, mucho material televisivo tiene un gran valor patrimonial que debiera ser reconocido explícitamente. Pero, por otra parte, la televisión es también registro de la historia política, institucional, económica, social, cultural y deportiva. Y, como tal, al igual que los periódicos, es un instrumento indispensable para preservar la memoria.

Entonces, ¿ha llegado el momento de reconocer la televisión como un bien patrimonial?

Sí. Hemos debatido mucho y públicamente sobre el impacto cultural de la televisión, pero todavía no hemos asumido su relevancia en la dimensión del patrimonio. A esta altura de los avances de la tecnología y de la presencia de la televisión, que sólo en nuestro país tiene cerca de 50 años, no se puede

negar esa profunda relación. Tal vez le sucedió lo mismo a la generación que vivió la llegada de la imprenta, porque fue una revolución, un cambio de paradigma. Sin embargo, hoy estamos obligados a comprender que la televisión es parte sustantiva de nuestra memoria. Y cuando comprendemos esto, sabemos que ya no es sólo un tema de deberes y competencias de los canales de televisión, es un tema de país.

¿Cuál es el rol de la Dibam en la relevación patrimonial de los archivos televisivos?

De acuerdo a la ley, hay normas que –al igual que en materia de publicaciones, revistas, libros y periódicos– establecen la obligatoriedad del Depósito Legal en la Biblioteca Nacional para los programas de televisión. Como hasta ahora no ha habido mucha conciencia en la materia, y no sólo de parte de los canales, también del Estado y de la sociedad, estamos muy atrasados. Si bien se han puesto en marcha algunas iniciativas, y dado que la Dibam tiene la facultad, atribución y responsabilidad de que esa parte de la memoria que está contenida en la televisión se preserve, éste será uno de los temas fuertes de mi gestión. Así, en el más breve plazo, tendré conversaciones con los responsables de cada canal de televisión que tiene concesión para operar en Chile, para –en primer lugar– dialogar, pero además para que tomemos conciencia juntos de que hay una necesidad cultural y patrimonial, y de que hay disposiciones legales que hacen imperativo el depósito. En ese sentido, veo la posibilidad de un diálogo y de una alianza muy fructífera.

¿Todos los programas de televisión deben ser conservados?

Como decíamos, la televisión tiene dos dimensiones: la de registro y otra, que es la de los contenidos. Creo que la primera y más importante es la de registro y hay que conservarlo todo. Así lo establece la ley, por eso existe el Depósito Legal. En materia de libros, la ley no dice que se depositen los

libros de gran calidad; ella obliga a conservar todos los libros que son publicados en Chile, porque primero hay una labor de memoria. Luego, inevitablemente, viene una labor de selección que se hace a largo plazo, que debe ser realizada siempre con una mirada plural, donde también interviene la comunidad para definir lo que es más relevante preservar y difundir.

¿Cómo se difundirían estos contenidos en la comunidad?

Ese es un claro desafío en este proyecto: cómo hacemos para divulgar, con pleno respeto a la Propiedad Intelectual, esos materiales. En cualquier caso, será un material de consulta para investigadores y el público, incluso en la perspectiva del Bicentenario, para analizar lo que ocurrió en estos cien años y entender los procesos sociales recientes.

En estos archivos televisivos de la Dibam, ¿cuáles cree usted que serían los programas infaltables?

Es difícil de decir, son muchos, porque tienen que ver con momentos y ámbitos distintos. *La Manivela*, por ejemplo, marcó un momento de la televisión chilena. Pero también *Sábados Gigantes*, que refleja una época muy importante de la sociedad chilena. *La Belleza de Pensar*, *Tierra Adentro*, *Cine Video*, *Informe Especial*, *Contacto* y *Almorzando en el Trece* deberían estar también. Y aunque parezca curioso, *Dingolondango*, un programa de baile transmitido en dictadura. Todos estos programas sirven para comprender las visiones de mundo y los valores de las comunidades, sus representaciones simbólicas, y cómo, incluso en periodo de crisis, la sociedad construye fórmulas de evasión. Y hay mucho, mucho más de lo que uno cree. Porque se tiende a mirar la televisión como algo banal, sin embargo, es un espejo de la sociedad y construye contenidos culturales, pone temas, valores, genera estéticas, y esa doble mirada marca una pauta cultural. Por esto, nuestro deber es conservarla como testimonio de lo que hemos sido y de lo que somos. **P**

El caso francés

■ por Pamela Biénzobas

El 1 de junio de 1962, los franceses veían en el legendario programa *Cinq colonnes à la une* un reportaje llamado *La república al fin del mundo*, sobre ese lejano país sede del mundial de fútbol. El 15 de enero de 1980, el poeta y diplomático Armando Uribe explicaba en "Les dossiers de l'écran", en impecable francés, el rol de Nixon en el Golpe de Estado en esa misma república.

Hoy día, esos fragmentos del pasado siguen vivos en el presente gracias al trabajo de conservación de la memoria televisiva y radial de Francia del *Institut National de l'Audiovisuel* (INA). Más aún, a partir de abril de 2006, esas imágenes que forman parte de la memoria visual de Chile son parte de la historia de la televisión mundial y pueden verse en cualquier rincón del planeta a través de Internet. Pionero en su área, el INA acaba de poner en poner en línea (www.ina.fr) diez mil horas de archivos digitalizados, los que aumentarán en cinco mil cada año. La consulta de los documentos (o de un extracto, en el caso de programas de larga duración) en un cuarto de pantalla no tiene costo, pero se pueden bajar en mpeg4, en calidad cercana al DVD, por entre uno y 12 euros, dependiendo de la naturaleza y amplitud del archivo, o arrendar por 48 horas.

La idea es llevar esta memoria, que el Instituto se encarga de conservar desde 1975, ya no sólo a los profesionales e investigadores, sino al público masivo, incorporándola a la vida diaria de la ciudadanía. "La televisión es un elemento unificador de la memoria, incluso familiar", explica Max Benoit, Director Delegado del INA. Para el especialista, la principal diferencia entre este patrimonio frente a otros acervos "como la arquitectura o la pintura, es que no es una memoria de obra individualizada sino un flujo, una acumulación de elementos que han desfilado."

Más allá del aspecto práctico, ¿las tecnologías digitales han provocado cambios conceptuales en la conservación?

Suena casi trivial decirlo, pero la tecnología digital ha sido una verdadera revolución. Evidentemente, es un paso mayor en cuanto a los archivos que antes estaban casi olvidados, de difícil acceso, identificación y reutilización por la diversidad de soportes. Ahora son documentos como cualquier otros, tan accesibles e igualmente utilizables como los grabados el día anterior. Y pueden ser usados de maneras infinitas. Lo interesante de lo digital es que le da una nueva vida a todas estas imágenes, con posibles utilizaciones que apenas comenzamos a descubrir.

¿Qué criterios se emplean a la hora de crear un archivo de televisión?

Es muy difícil. Hemos reflexionado mucho al respecto, incluso por razones económicas. Pero al final decidimos que no se puede seleccionar. Hoy día no estamos en medida de saber cuáles serán los centros de interés de mañana. Consultamos con especialistas de distintas áreas –políticos, historiadores, profesionales del área audiovisual– y no existe un consenso de lo que podría representar un interés mayor. Además, nadie tomará la responsabilidad de decir "esto se bota".

En cuanto al criterio económico, hoy día, con las tecnologías digitales, es más barato establecer dispositivos de digitalización industriales que de selección, lo que implicaría tener gente visionando y seleccionando el material. Por esas dos razones guardamos la totalidad de la memoria, especialmente con el acceso haciéndose tan fácil.

Pero la calidad es variable. No todo lo que se guarda es un aporte.

Nosotros no formulamos juicios sobre su calidad. Nuestro rol es poner la televisión, que hace su propio trabajo, a disposición de todos aquellos que tienen el rol de interrogar las opciones, y abrir así las puertas a la reflexión. **P**

Patrimonio audiovisual: ¿QUÉ CONSERVAR Y CÓMO?

Miles de horas de transmisiones yacen en las bodegas de documentación de las estaciones televisivas y productoras independientes. Muchas de ellas podrían desaparecer; otras ya lo han hecho. Y rara vez se puede tener acceso a estas imágenes, que son celosamente guardadas por sus dueños.

■ por Pilar Gil Rodrigo

El publicista y conductor de televisión Jaime Celedón, tiene un archivo privado de imágenes televisivas con cerca de seis mil horas de grabaciones. La mayoría son programas en los que él participó. Al revisar la lista, sólo hay dos capítulos de la famosa serie *La Manivela* y del programa de conversación *A esta hora se improvisa* que, a comienzos de los 70, hizo famoso al entonces veinteañero Jaime Guzmán. “Los otros programas los grabaron encima. En ese entonces se usaban unas cintas grandes, de dos pulgadas, y como los canales tenían poco presupuesto, las grababan encima. Yo sólo pude recuperar éstos”.

Desde 1969, la tecnología permitió grabar el material que emitía la TV, ya que antes todo se hacía en vivo. Desde entonces –y a palos de ciego– comenzó la acumulación de cintas en las bodegas, sin tener plena conciencia de lo que se hacía, cómo se hacía y para qué se hacía. De hecho, Celedón también recuerda que un día fue a pedir imágenes de la llegada del hombre a la Luna y le dijeron que habían grabado encima un recital de Sandro.

El valor del recuerdo

Cristóbal Guzmán, periodista de Canal 13 Cable, está a cargo de realizar el programa *En vivo y en recuerdo*, una cápsula de entre dos y seis minutos que se transmite a ciertas horas entre programas. En ella se muestran imágenes que se han recuperado de grabaciones hechas en los 70 y los 80. Para él, este material tiene una importancia incluso antropológica, ya que permite observar cómo era el Chile de hace 30 ó 40 años. “Antes, en nuestro país, la gente tenía mucha más opinión, hablaba mejor. Recuerdo que en una nota hacían una entrevista en la calle sobre el

asesinato de Robert Kennedy (1977) y todas las personas tenían su postura o sus especulaciones. Ahora, la gente casi no responde o lo hace con monosílabos. Por eso se han comenzado a hacer encuestas callejeras, para que las personas sólo digan sí o no”.

Dentro de las joyas que este programa quiere reproducir en su próxima temporada está Pablo Neruda llegando a Chile después de haber recibido el Premio Nobel de Literatura. Las imágenes, para alguien que nunca lo vio en la televisión, son impactantes: un hombre grande, con boina, bajando por la escalera de un avión pequeño. Los periodistas se acercan y le hacen preguntas y al momento de hablar se escucha esa voz aguda y cadenciosa. Uno de los periodistas le insinúa el hecho de que, sin ser político, él es embajador en Francia, con abiertas intenciones de crítica, a lo que Neruda responde “no voy a hablar, me duele la cabeza. El viaje fue largo”.

Guzmán nos habla de su trabajo rescatando estas imágenes. Escarba en busca de momentos históricos y cotidianos, como un carpintero ganador de la Lotería. Una nota tan común como ésta muestra un acento muy cantadito del chileno medio, distinto al de ahora. Pero existen importantes problemas de conservación con los que se topa. Un primer elemento es el cambio de tecnologías. Las cintas que se utilizaban en un comienzo se conocían como el formato dos pulgadas. Y, actualmente, no existen máquinas capaces de reproducir estas imágenes ya que quedaron obsoletas. En TVN sólo queda un proyector de este tipo con horas limitadas de reproducción y sus repuestos no existen en Chile. Una tecnología posterior son las cintas de tres cuartos. Si bien hay máquinas para verlas, el gran problema es que las imágenes se van deteriorando, sobre todo las que están en color y corren el riesgo de desaparecer más fácilmente que los otros formatos.



■ Fotos: Gentileza Corporación de Televisión de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.



Por otra parte, en los primeros años de archivo no existía un detalle riguroso sobre los contenidos de las cintas, por lo que hay miles de horas mal catalogadas, que se consideran como pérdidas, ya que nadie las utiliza por el trabajo que significa revisarlas.

El amor por la memoria

Días después del Golpe, varios militares entraron a las bodegas de TVN en donde se guardaban las grabaciones de los programas transmitidos, tomaron todas las cintas con noticias de los últimos cuatro años y las quemaron públicamente en el patio de la misma estación televisiva. El objetivo –como recuerda Amira Arratia, actual Jefa de Documentación de TVN– era eliminar todo lo que tuviese que ver con Fidel Castro en Chile, Neruda o la Unidad Popular. Sin embargo, esta acción tuvo con el tiempo un efecto *boomerang*. Durante los años siguientes el canal intentó contar con imágenes que justificaran el Golpe, ya fueran protestas, marchas o tomas, pero éstas no existían. Se tuvo que comprar material de ese período en Suecia.

Sin saber por qué, Amira siempre tuvo la certeza de que cada hora grabada tenía una gran importancia. “En los años 80, periodistas extranjeros venían a Chile a hacer notas sobre lo que aquí ocurría. Para despacharlas, llegaban a TVN y utilizaban nuestros equipos. Yo les pedía que dejaran una copia, para ver qué estaban mandando, y archivé esas imágenes, que son fuertísimas y no tienen nada que ver con lo que en Chile transmitía este canal. Acá jamás se emitió una protesta o imágenes de carabineros entrando a las poblaciones. A lo más se hablaba de atentados”.

Para que los militares no destruyeran el material, sólo ponía en la ficha de catalogación *Digitado*. “Yo pienso que la historia no puede negarse y que esas imágenes son parte de nuestra historia, de nuestra memoria y le pertenecen a la gente”, señala. Y agrega que hay muchas imágenes importantísimas en el canal. La más antigua es un recital de Joan Manuel Serrat en el Teatro Municipal, en 1969. Y sobre cosas que lamenta que se hayan perdido, habla de un programa hecho por Víctor Jara.

En los canales de televisión existen iniciativas de digitalizar el material más antiguo para conservarlo. El problema es qué seleccionar, considerando que todo lo que se ha emitido se graba. Por tanto, entre los años 70 y 80 habría 87.900 horas acumuladas por canal. Hay que tener en cuenta que para traspasar una hora de grabación se necesitan tres horas de trabajo: hay que ubicar la cinta, traspasarla en tiempo real, detallar su contenido (imagen más tiempo), catalogarlo y guardarlo. El costo es tan alto que aún no se concretiza en ninguna estación. Un presupuesto estimado de Canal 13 para realizar dicha tarea es cercano a los 10 millones de dólares.

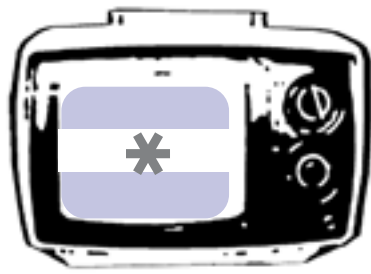
Pero, de concretarse estos planes, ¿qué se rescata primero? Amira Arratia lo tiene claro: “El mundial del 62, los primeros episodios de los primeros programas, los musicales, el Festival de Viña a principios de los 70, Neruda recibiendo el Nobel, grandes entrevistas y grandes reportajes”. Para tomar esta decisión, ella tiene su propio concepto de patrimonio televisivo: “Es todo aquello que identifica a cada persona con su historia, con ser chileno y que genera diferentes emociones: pena, alegría, esperanza. Pero uno es capaz de decir *yo soy eso, este es mi país, esta es mi historia*, es decir, son imágenes no para una persona, sino que involucran a todos los habitantes. Y ese es nuestro patrimonio”.

Guerrillas, etnias y fútbol

■ por Pilar Gil R.

Amira Arratia comenta que el tema del patrimonio televisivo está dando que hablar en toda América Latina. El Congreso argentino, por ejemplo, reconoció la importancia de los archivos televisivos que tiene Canal 7 (ex ATC Color) y dictó una ley para recuperar las transmisiones grabadas en cine, muchas de las cuales corresponden a los tiempos dictatoriales. Este es el único país latinoamericano que cuenta con una legislación destinada a proveer de recursos para la conservación.

En Guatemala, FONAPAZ (Fondo Nacional para la Paz) se ha avocado a descubrir y conservar archivos que se han ido encontrando, tanto de TV como de radio. De hecho, se ha logrado rescatar conversaciones entre guerrilleros y la policía. Nicaragua y El Salvador, países marcados por la revolución y la guerrilla, están juntando las piezas de su patrimonio audiovisual, repartido por todos lados. Algunas iniciativas buscan en diferentes lugares o las personas se acercan a ellos. Son muy pocas las grabaciones patrimoniales, eso sí, ya en aquellos tiempos la TV estaba pobremente desarrollada. En Bolivia, que tiene el mismo problema, se han avocado a recuperar el lenguaje de las etnias, registrado en conversaciones radiales de comunidades que usaban este medio para comunicarse. En tanto, en Perú, el Canal 7 de Lima cuenta con bastante material televisivo de los años 60 y 70, pero ni siquiera se sabe de qué se trata por no tener máquinas para reproducirlo, ni tampoco está catalogado y los recursos no existen, por lo que el material se está deteriorando. Por último está Brasil. Ellos ya están digitalizando su principal patrimonio: el fútbol. Ya se recuperaron los mundiales, los principales partidos y programas de deporte y toda la vida de Pelé. **P**



Argentina: ¿Cómo representar la desaparición forzada?

Especializada en el estudio de los vínculos entre memoria social y medios de comunicación, y autora del libro *Del estrado a la pantalla: las imágenes del juicio a los ex comandantes en Argentina* (Madrid y Buenos Aires, Siglo XXI, 2002), la investigadora Claudia Feld nos presenta aquí parte de la tesis de doctorado *La televisión como escenario de la memoria de la dictadura argentina. Un estudio sobre los relatos y representaciones de la desaparición forzada de personas*, defendida en 2004 en la Universidad de París VIII, bajo la dirección del profesor Armand Mattelart.

■ por Claudia Feld

¿Qué hizo la televisión argentina para evocar y dar sentido a la desaparición forzada de personas? A diferencia de lo que ocurrió en los períodos post dictatoriales de otros países del Cono Sur, en Argentina la televisión tuvo tempranamente un lugar importante en la representación de la dictadura militar y de sus crímenes. Sin embargo, su rol no se mantuvo siempre igual: entre el final del régimen y el presente observamos que fueron cambiando los lenguajes, las lógicas de producción y difusión, y las maneras de construir las representaciones. Por esto mismo, en todo el período fue modificándose el sentido con el que se definió en la televisión la desaparición forzada de personas.

Podemos reconocer cinco etapas.

La primera se sitúa en pleno período dictatorial, con el movimiento de Derechos Humanos y los familiares de desaparecidos como actores fundamentales. Ellos realizan un primer esfuerzo por dar visibilidad pública a la desaparición, a través de marchas, rondas en la Plaza de Mayo y solicitadas en los diarios que servían para denunciar los secuestros y reclamar ante el régimen. La desaparición fue representada como ausencia, como separación brutal de un ser querido y como una pregunta abierta (“¿Dónde están?”) que interpelaba tanto al poder como al resto de la sociedad.

Durante la dictadura, el movimiento de Derechos Humanos no tuvo acceso al espacio televisivo; ese fue el ámbito desde el que se expresaron las Fuerzas Armadas. La presentación televisiva más paradigmática sobre el tema fue el denominado Documento Final sobre la Guerra contra la Subversión y el Terrorismo, una suerte de “documental” preparado por la última Junta Militar y difundido en cadena nacional el 28 de abril de 1983. Allí, la Junta menciona a los “desaparecidos” sin inscribir la desaparición en una práctica concreta de los propios militares. Se dice que se dará una “explicación” al respecto, pero se oculta el sistema represivo, ya que se atribuyen las desapariciones a hechos ajenos a la acción del régimen (entre otras mentiras, se dice que las personas ausentes viajaron fuera del país, que fueron ejecutadas por las organizaciones guerrilleras o que se suicidaron).

En este documental, los militares usan imágenes de la violencia producida por las acciones de la guerrilla (explosiones, humo, cadáveres, edificios destruidos) para esconder sus propias acciones clandestinas. En este uso del espacio televisivo, las imágenes de la violencia no sirven para representar el crimen de la desaparición sino para ocultarlo.

Legitimando la memoria

La segunda etapa se inicia con la apertura democrática (diciembre de 1983)

y se extiende hasta 1987. Entre enero y marzo de 1984, en el marco de las primeras investigaciones judiciales sobre el destino de los desaparecidos, se exhuman cadáveres de tumbas anónimas para identificarlos. Los relatos mediáticos que cubren estas acciones son designados en esa época como show del horror por su carácter macabro y sensacionalista: la principal figura de estas presentaciones es el “cadáver N.N.”. Las cámaras de los noticieros se instalan en los cementerios para mostrar “en directo” las exhumaciones.

Desde las instituciones encargadas de llevar a cabo las investigaciones y los procesos judiciales, los lenguajes mediáticos de la información –y especialmente los televisivos– se perciben como inadecuados para hacer pública esa experiencia límite. Es por esto que dichas instituciones implementan políticas específicas de comunicación para evitar el “show” mientras refieren la historia. Al mismo tiempo, estas instituciones se preocupan por legitimar sus acciones en un contexto de presiones militares y de fuertes disputas por el sentido de lo ocurrido. Es claro que, en esta etapa, la legitimidad para referirse a la represión dictatorial se construía desde ámbitos y enunciadores distintos de la televisión.

El 4 de julio de 1984, la CONADEP (Comisión Nacional sobre la Desaparición de Personas) hizo públicos los primeros resultados de su investigación a través de un programa televisivo denominado “Nunca Más” y emitido por Canal 13. Su puesta en escena se diferencia del “Documento Final...” y del show del horror, ya que no incluye imágenes de la violencia, ni de las huellas de la violencia sobre los cuerpos de las víctimas. Se muestran lugares físicos reconocibles, donde ocurrieron los hechos, y los rostros de los testigos que vieron y vivieron lo ocurrido. Estas imágenes operan como índices de autenticidad con respecto a lo narrado. Además, por el uso de una cámara fija, un ritmo lento y un escenario en penumbras, esta puesta en escena se aleja drásticamente de los formatos usuales en la televisión comercial de ese momento. Aunque la elección de la CONADEP de hacer su primera presentación pública por televisión puede interpretarse como la convicción de que ese medio era apropiado para llegar al público masivo, la comisión puso especial cuidado en utilizar códigos diferentes de los que caracterizaban a la programación televisiva.

En la misma línea de buscar legitimidad para el relato y austeridad para la puesta en escena, durante el juicio a los ex comandantes (1985) la escenificación jurídica se escindió de la televisiva. Para la Cámara Federal, la puesta en escena jurídica parecía la única capaz de no alterar los principios de seriedad y transparencia que requería su tarea. Por esa razón, las sesiones del juicio en las que declararon más de 800 testigos se difundieron a razón de tres minutos por día de imágenes sin sonido.

De este modo, los dispositivos básicos de la comunicación televisiva –como el “directo”– quedaron desactivados.

En esa etapa, la desaparición forzada empezó a ser definida como un conjunto de acciones criminales ejecutadas por actores específicos contra sujetos precisos. En efecto, el informe “Nunca Más” elaboró por primera vez un relato documentado sobre el “sistema desaparecedor”, detallando sus mecanismos, particularmente el secuestro, el cautiverio y la tortura. El juicio, por su parte, permitió definir la desaparición como crimen, o como suma de crímenes (homicidio, privación ilegítima de la libertad seguida de homicidio, privación ilegítima de la libertad simple, tormentos, violaciones y robo), señalando a sus máximos responsables. Para que esta definición se legitimara, fue esencial el papel que asumió el Estado en tanto principal enunciador, imponiéndose sobre otros lugares de enunciación, como la institución televisiva. Así, entre el show del horror y el juicio, las lógicas televisivas terminaron por subordinarse a las de las acciones institucionales.

Sigue una etapa de relativo silencio sobre el tema en los medios de comunicación (1987–1994), que acompaña un proceso de capitulaciones en el terreno político–institucional. En este momento, el Estado se desvincula de la tarea de investigar y hacer justicia con respecto a los crímenes dictatoriales (leyes de Obediencia Debida y Punto Final, indultos a los militares procesados y condenados). Los organismos de Derechos Humanos quedan como únicos “garantes” de una memoria amenazada, como una voz solitaria que busca llegar a los “olvidadizos” y a los indiferentes, pero casi sin acceso al espacio televisivo.

El espectáculo de los DD.HH.

La cuarta etapa, caracterizada por una gran presencia del tema en el espacio público, se abre en marzo de 1995. En ese momento, se presentan en diversos programas televisivos varios ex represores que –con intenciones diferentes y una distinta valoración de sus actos– relatan su participación en la eliminación de detenidos durante la dictadura. Este hecho marca la entrada en juego de la televisión en los emprendimientos memoriales, con lógicas y lenguajes propios.

Si en 1985 la televisión se subordinaba a las lógicas institucionales, a partir de 1995 muestra una relativa autonomía con respecto a otros actores y otros ámbitos: el tema aparece en la pantalla chica sin necesidad de que ocurran otros acontecimientos en el espacio extramediático. La institución televisiva adquiere una nueva legitimidad como enunciador y los programas empiezan a presentar el tema con sus propios códigos y formatos, con sus lógicas y sus intereses.

En general, los relatos televisivos de esta etapa no ponen en cuestión el carácter criminal y sistemático de la desaparición de personas. El crimen ya ha sido demostrado en los tribunales y es concebido como una verdad aceptada. A tal punto que la desaparición no se explicita ni se explica. En documentales y programas periodísticos se la representa a través de símbolos, de emblemas fácilmente reconocibles, de frases cliché o de relatos fragmentarios.

Entre otros símbolos, se utiliza la figura de los “vuelos”. A través de las declaraciones de ex represores sobre operativos en que se arrojaba a detenidos adormecidos al mar desde aviones, los llamados “vuelos de la muerte”, hasta entonces invisibles e inimaginables, se incorporan al repertorio de imágenes televisivas y de metáforas sobre la represión clandestina. Esto produce un desplazamiento en los lugares de recordación (por ejemplo, en la ciudad de Buenos Aires, se valoriza la costanera del Río de la Plata como lugar de memoria), en el imaginario de las atrocidades sufridas por las víctimas (donde cobra centralidad la eliminación clandestina, desplazando en cierto modo la experiencia del secuestro y el cautiverio), y en las imágenes utilizadas para referirse a la desaparición en el espacio audiovisual (las vistas aéreas del Río de la Plata o del mar se utilizan como condensación del mecanismo de desaparición).

También, la figura de los hijos de desaparecidos se transforma en símbolo. Sin embargo, para que cumpla tal función simbólica, la representación de

cada “hijo” cobra un valor abstracto y general en muchos programas televisivos. En estos relatos, ellos simbolizan tanto el crimen como la demanda de verdad y de justicia, especialmente por la acción de H.I.J.O.S. (Hijas e hijos por la identidad y la justicia contra el olvido y el silencio), pero a partir de esta etapa no es tanto la desaparición en sí lo que empieza a pensarse y a elaborarse a través de esta figura, sino las huellas del crimen que quedaron en la sociedad.

Otro de los símbolos utilizados son las fotos de Videla, Massera, Astiz y otros ex represores “famosos”. En los programas, se las muestra sin relatar qué hizo cada uno de ellos ni cuál fue su responsabilidad específica en los crímenes dictatoriales. De este modo, se condensa todo el sistema represivo en una serie de personajes emblemáticos que se presentan como equivalentes e intercambiables.

Si con respecto a los desafíos representacionales que implicaba la desaparición de personas, en la apertura democrática se concebía como un peligro principal el hecho de que el relato se transformara en un “show”, esta lógica se invierte a partir de 1995. Ahora no se concibe otra manera de representar la desaparición en la televisión abierta más que a través del “show”, es decir, a través de las lógicas espectaculares propias de la televisión. Sin embargo, este espectáculo no necesariamente impide elaborar y gestionar lo ocurrido, ya que se monta sobre construcciones de sentido que han producido anteriormente otros actores (los organismos de Derechos Humanos, la CONADEP, etcétera) en otros escenarios. De todas maneras, estos relatos televisivos ofrecen otros puntos cuestionables, ya que parecen ocluir los aspectos no espectaculares de los hechos narrados, privilegiar la dramatización por sobre la comprensión histórica y buscar un impacto emocional más que una toma de conciencia política acerca del pasado.

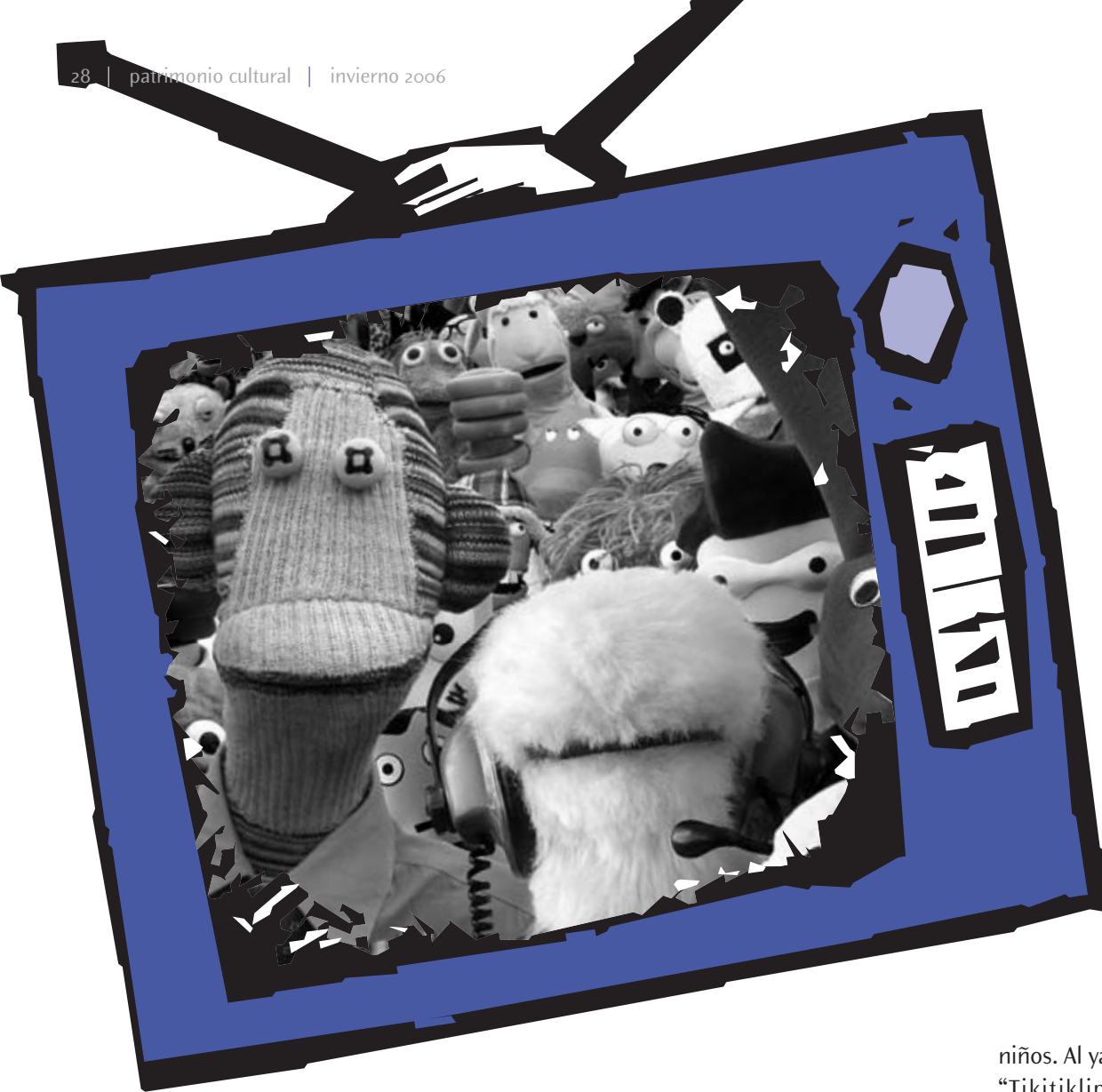
Superproducción, primicia y homogeneización

A partir de 2003, se abre otra etapa en la memoria de la represión dictatorial, cuya característica principal es un nuevo compromiso del Estado nacional con la cuestión de los derechos humanos. En este marco, la televisión sigue operando con lógicas similares a las de la etapa anterior. Observamos, al menos, tres elementos que se agregan y que se pusieron de manifiesto durante el “boom” televisivo producido por la conmemoración de los 30 años del golpe de Estado, el 24 de marzo de 2006.

El primer elemento es la lógica de la superproducción. Durante la semana del 30° aniversario del Golpe de Estado de 1976, casi todos los canales televisivos emitieron programas especiales sobre la temática. En ellos se observó un despliegue tecnológico y de producción mucho mayor que el que tenían los programas de la etapa anterior (imágenes originales tomadas en distintos lugares de la Argentina y del exterior, un trabajo minucioso de posproducción, etcétera).

Un segundo elemento es la lógica de la “primicia”. Aunque pasaron 30 años de los hechos, las emisiones se preocupan por conseguir imágenes y voces “novedosas”. Muchos de los programas producidos para los 30 años del golpe intentaron poner en escena lugares, testigos y hechos de los que se había hablado poco. En la mayoría de los casos, esas “novedades” no tienen gran importancia desde el punto de vista histórico o político (qué ropa tenía puesta Isabel Perón cuando la derrocaron, por ejemplo) pero sirven para darle a la historia contada una impresión más vívida y una mayor carga emocional.

El tercer elemento es la lógica de la homogeneización. La dispersión temática de los programas hace que la desaparición y los desaparecidos pasen a un segundo plano. En general, se ponen en escena otras víctimas de la represión (desde exiliados, presos políticos y ex militantes, hasta periodistas perseguidos y deportistas amenazados). El acento está colocado en las secuelas y las herencias y, en ese sentido, varias emisiones expresan que “quedaron secuelas en toda la sociedad argentina”. Si bien es importante reconocer y darle voz a todo el espectro de víctimas que dejó la dictadura, también es cierto que en esa homogeneización del dolor se pierde de vista la especificidad de las heridas y las secuelas concretas que quedaron en actores y grupos precisos. Una pregunta que queda abierta, entonces, es hasta qué punto esto hace desaparecer, en el espacio televisivo, la desaparición.



■ 31 Minutos

Un conejo rojo de tela y polera a rayas camina acalorado por el desierto de Atacama. Juan Carlos Bodoque –ese es su nombre– lucha contra el calor y la aridez de la zona, hasta que da con su objetivo y logra entrevistar a una llama –también de tela– y a un hombre de la zona.

Corría marzo de 2003. Los niños que en ese momento sintonizaban la pantalla de TVN abrían sus ojos ante una verdadera novedad. Por primera vez los personajes tenían nombres como el de cualquier chileno, hablaban con un acento que les sonaba conocido y los paisajes no correspondían a una isla caribeña o una ciudad estadounidense.

Durante años, los ejecutivos de las estaciones televisivas se habían preguntado cómo se podía alinear la ecuación de buenas sintonías sin descuidar la promoción del patrimonio y la identidad. Los espacios más tradicionales (“Tierra adentro”, “Frutos del país”) rescataban tradiciones, pero lo hacían de la manera más evidente. Hasta que el nuevo impulso de la televisión infantil vino a darles una mano.

A la imagen del conejo le sucedió otra de unos niños cuya pelota caía en la casa del vecino e incluso una encuesta callejera que transcurría en Providencia con Nueva de Lyon. Algo estaba pasando que no sólo los niños se sentaron a ver tele, sino que sus padres cayeron embobados a su lado. Era el 15 de marzo de 2003 y “31 minutos” hacía su debut. “Este programa marca un hito”, aseguró al día siguiente el más listo de los críticos de televisión en un matutino.

El trabajo de años de productoras independientes, ayudadas por el empujoncito que les dio el Consejo Nacional de Televisión (CNTV) con sus fondos concursables, hizo posible que la programación infantil chilena cambiara de un año para el otro.

El gran salto lo dio este programa de títeres de la productora Aplaplac, que abrió la puerta a nuevos espacios hechos en Chile. Por esa misma puerta entrarían más tarde una docena de nuevos programas dedicados al público infantil. Con técnicas que iban de la fotoanimación a la animación tradicional, pasando por el uso de tecnología Flash, todos tenían un punto en común: la identidad chilena les brotaba por los poros.

Por muchos años la industria creyó que la televisión infantil no se podía financiar. Con el fin de programas como “Cachureos” y “El mundo del Profesor Rossa”, la programación extranjera se apoderó de las franjas matinales de sábados y domingos. Eso, hasta que el CNTV –con Patricia Politzer a la cabeza– puso entre sus prioridades el fomento de nuevos espacios dedicados a los

Forma

■ por Marcos Ortiz F.

niños. Al ya mencionado “31 minutos” le siguieron “Clarita”, “Diego y Glot”, “Tikitiklip”, “Villa dulce”, “Pulentos” y “Block!”, entre otros.

Con el fin de hacerse de estos codiciados fondos, las productoras independientes se inspiraron en modelos extranjeros y los condimentaron con elementos criollos. La fórmula dio resultado y, al cabo de dos años, las franjas infantiles de los principales canales tenían como platos fuertes programas en los que se mostraban distintos puntos del país, la música era interpretada por chilenos y las locuciones interpelaban mucho más a los menores. La violencia, aspecto de interminable controversia, por fin quedó olvidada: la nueva era de programas infantiles no necesitó de insultos, peleas ni ametralladoras para abrirse espacio.

“El concepto que tratamos de trabajar era de que los dibujos fueran vistos por chilenos y hechos por chilenos. Intentamos buscar íconos nacionales y locaciones de Santiago reconocibles por los niños”, dice Cote Correa, uno de los creadores de “Diego y Glot”, serie emitida por Canal 13 y facturada por la productora Cubonegro. Es así como en sus capítulos los protagonistas viajan a Chiloé, ven partidos relatados por Aldo Schiappacasse, escuchan a Los Prisioneros y ven a Don Francisco en la tele. En otras palabras, la cultura pop chilena en su expresión más pura.

Durante años, los ejecutivos de las estaciones televisivas se habían preguntado cómo se podía alinear la ecuación de buenas sintonías sin descuidar la promoción del patrimonio y la identidad. Los espacios más tradicionales (“Tierra adentro”, “Frutos del país”) rescataban tradiciones, pero lo hacían de la manera más evidente. Hasta que el nuevo impulso de la televisión infantil vino a darles una mano. Y el resultado no sólo dejó contento al CNTV. Los canales lograron vender avisos en esas franjas y algunos de estos espacios comercializaron con gran éxito bandas sonoras, peluches y útiles escolares. Se calcula que espacios como “Villa dulce” y “Pulentos” alcanzaron rentabilidades de hasta 200% y 300% respectivamente. “31 minutos”, por su parte, en su primer año logró ventas superiores a tres mil millones de pesos. El negocio era redondo.

Paralelo al éxito de los títeres de TVN, en Canal 13 la máquina también comenzó a aceitarse. “Como Área Infantil nos propusimos desarrollar la animación chilena”, dice Vasco Moulián, quien llegó a UC-TV en junio de 2002 avalado por el éxito de su compañía de teatro infantil Kerubines. Y agrega: “Nuestro objetivo era que los niños se sintieran identificados con los monitos animados. Había muchos canales de cable y la única manera de competirles era con la identidad. Ahí está el Estadio Nacional, chuta yo he estado ahí, pueden decir los niños ahora”. Tres años más tarde, UC-TV acaba de estrenar su última joya. “El ojo del gato” es una serie animada a través de la cual niños de todo el país pueden conocer hasta el más perdido rincón de Valparaíso.

atoXS

Sin violencia, sin doblajes ñoños y sin menospreciar la inteligencia ni de niños ni de adultos, por el contrario, con nombres y modos de hablar claramente reconocibles, monos de trapo, animaciones digitales y actores dieron vida a lo que por muchos años la industria televisiva creyó imposible: programas infantiles hechos en Chile, entretenidos, con contenido, alto rating y capacidad de autofinanciarse.

Buenos consejos

En la industria la opinión es una sola: el apoyo del CNTV fue fundamental. “El Consejo tiene mucha importancia porque reveló la sensación de angustia de los canales. Estábamos 10 años atrasados y finalmente se pudo realizar el esperado recambio de programas antiguos”, asegura Moulián. Cote Correa agrega: “El Consejo entró a jugar un rol muy importante. Antes era muy difícil financiar dibujos animados. Sin el CNTV no hubiésemos existido”.

Pero no sólo en Chile se reconoció la creciente calidad de la nueva programación infantil. El CNTV logró que las producciones nacionales fueran exhibidas en prestigiosos festivales como el Prix Jeunesse. En 2005, incluso, el evento se realizó en Chile, y programas como “Tikitiklip” y “El ojo del gato” se retiraron con sendos galardones bajo el brazo. En un aspecto impensado hace un lustro, ahora incluso los programas chilenos son exportados y es posible ver a “31 minutos” y otras animaciones en canales de cable que transmiten para todo el continente. La promoción de los valores y tradiciones nacionales no se quedó en nuestras fronteras y ya sorprende a niños de otras latitudes.

Desafíos

Esta nueva era en la programación infantil chilena parece consolidada. Poco a poco las nuevas generaciones se acostumbraron a exigir material nacional. Y sus padres también.

Pero no todo está logrado. El impulso del CNTV fue tan potente que las productoras y canales se acostumbraron a recibir fondos para la creación de nuevos proyectos. La fragilidad del medio tampoco permite que de un día para otro estas empresas puedan valerse por sí solas. Ha llegado el momento en que los canales con más recursos destinen más dinero hacia estas fuentes de inagotable creatividad. Canal 13 dio el primer paso en 2003 cuando repartió 200 millones de pesos para financiar, también por concurso, cuatro producciones.

En materia de programación infantil, la televisión chilena todavía tiene que trabajar muy fuerte para alcanzar la buena percepción que tenemos de la oferta del cable. Según la Encuesta Nacional de TV 2005, entre 2002 y 2005, la satisfacción con los programas infantiles de la TV abierta creció del 41,9% al 43%. Pese a la mejoría, el cable lo hizo mucho mejor, y subió sus números del 65,2% a un increíble 77,9%.

Aun así, todas las cifras indican que la tendencia a la solidificación de la programación infantil chilena no debería detenerse. Vasco Moulián concluye: “Que se interesen canales extranjeros por comprar nuestras series genera posibilidades para conseguir recursos y hacer otras temporadas. Desde la identidad vamos a tener éxito, dinero y posibilidades de generar más animaciones. En el futuro esto debiese crecer. Estamos generando industria y estamos haciéndolo bien”. **P**



Si de promoción y rescate de tradiciones chilenas se trata, “Tikitiklip” ha sido el espacio más emblemático. Presentada al CNTV por TVN y Ojitos Producciones, la iniciativa consistió en 12 videoclips animados con canciones del disco “Tolín Tolín Tolán”. Los temas fueron remezclados con sonoridades nuevas, con mayores posibilidades de permear los exquisitos oídos infantiles.

Las nuevas canciones fueron llevadas a la pantalla con videos protagonizados por figuras hechas de tela, greda y mimbre. “Teníamos el interés de llevar la artesanía chilena a un nuevo escenario, de manera de difundirla y acercarla especialmente a los niños. Hemos sido fieles admiradoras de la obra de la poeta infantil María de la Luz Uribe, y en algún momento estos dos elementos convergieron en la creación de este formato. Buscamos colaborar con que estas expresiones: artesanía y textos, sigan vigentes en el tiempo”, dicen Alejandra Egaña y Paz Puga, creadoras del espacio.

Egaña y Puga coinciden en que el suyo no es el único espacio de promoción de la identidad chilena. “Programas que incorporan indistintamente cualquier expresión de nuestra cultura y de lo que nos está pasando como sociedad y país creemos que promueven el patrimonio y nuestra identidad”, concluyen.

La entretención no es pecado

Ver la televisión, a diferencia de otras formas de consumo cultural, es una actividad que se integra a la vida cotidiana de las personas. ¿Dan cuenta los estudios sobre los procesos que ocurren en el acto mismo de ver televisión? Damos aquí una mirada al complejo proceso involucrado en un acto aparentemente tan sencillo como sentarse y manipular el control remoto.

■ por Valerio Fuenzalida

La constatación de que la unidad de recepción de la TV (abierta y pagada) es el hogar ha impulsado la búsqueda de técnicas apropiadas para dar cuenta de esta situación. Desde el punto de vista metodológico se constata un giro hacia técnicas de investigación etnográfica (observación participante, entrevista en profundidad, diarios de consumo, y otras) que buscan integrar la observación de las conductas cotidianas de consumo medial en el hogar con las verbalizaciones de significación, proferidas por los televidentes en esas mismas situaciones⁽¹⁾. El Hogar aparece, entonces, no como unidad cerrada, sino que culturalmente abierta a múltiples influencias mediales y sociales. Es por ello que se ha criticado el Focus Group, en tanto técnica de laboratorio, pues recoge verbalizaciones distanciadas de la situación cotidiana en donde ocurre el consumo.

Cotidianización de la Recepción

Entre los resultados de la observación etnográfica del consumo televisivo al interior del Hogar aparece la **integración de la recepción televisiva con el espacio-tiempo propio de la cotidianeidad** de la vida familiar. Al revés de la recepción de otros consumos culturales en donde se abandona la cotidianeidad para ingresar en tiempos-espacios especialmente acondicionados y con reglas propias, como la sala de cine, teatro, espectáculos y conciertos, campos deportivos, aula de clases, biblioteca, lugar de trabajo, etc., la etnografía de la recepción en el Hogar revela una recepción cotidiana, ruidosa, y conversada; recepción muy diferente a la obtenida por las técnicas conductistas de laboratorio, en donde –justamente– se suprimen las condiciones situacionales de vida cotidiana, concebidas como “interferencias con

el estímulo”. También la pragmática describe cómo la recepción televisiva se acopla a los diversos **ritmos diarios** de los habitantes del hogar y las formas como se conecta con los **estados de ánimo y emociones** que acompañan a sus actividades; igualmente, se advierte que el ritmo de actividades y emociones modula en el receptor los **tipos de atención posibles a la pantalla**, e interactúa con el interés que pueden despertar ciertos mensajes.

La entretención televisiva como espacio-tiempo lúdico

El Hogar se percibe como un **espacio-tiempo psicológico-cultural de descanso** de las tareas y obligaciones vinculadas con la ley del rendimiento (especialmente trabajo y estudio), con su premio o castigo. Esta expectativa subjetiva de las audiencias puede ser mejor comprendida desde la **bioquímica psico-somática**, según la cual el paso de una situación de rendimiento a otra de descanso es acompañado por un acoplamiento bioquímico corporal realizado por el sistema nervioso-motor autónomo parasimpático al dejar de secretar adrenalina y otros neurotransmisores adecuados a la atención y tensión propia de las actividades de rendimiento, y en cambio, secretar endorfinas y serotoninas, neurotransmisores adecuados a situaciones psico-culturales de relajación y descanso. Así, el sentimiento y la expectativa situacional de descanso gratificado, relajación y entretención, es la relación más básica –en compleja simbiosis cultural-psicosomática– que la audiencia televisiva entabla con la TV recibida en el Hogar (a diferencia de emisiones televisivas situadas en espacios-tiempo de rendimiento, como aprendizaje y capacitación).

Desde el punto de vista de la emisión, la entretención televisiva es una producción, esto es, una disposición de signos y formas televisivas que pueden resultar en el sentimiento de entretención del receptor-televidente (y que, por el contrario, muy a menudo provocan más bien el sentimiento de aburrimiento). La entretención lograda en el sentimiento de los televidentes genera un espacio-tiempo lúdico con leyes propias que se entremezcla en proporciones diversas con el **espacio-tiempo cotidiano** del Hogar. Durante la entretención, la audiencia realiza un doble proceso: el proceso de **involucración** en el espacio lúdico a través del reconocimiento y la identificación, y el proceso comparativo-reflexivo de **distanciamiento**, de modo individual y de modo grupal, especialmente a través de conversaciones familiares y extrahogareñas. La involucración y el distanciamiento comparativo constituyen la base, por ejemplo, de la evaluación acerca de la verosimilitud emocional en textos ficcionales; esto es, no la evaluación acerca de la exactitud referencial y de la credibilidad factual, sino la coherencia y la posibilidad de ocurrencia⁽²⁾. El espacio-tiempo lúdico de la entretención televisiva tiene **leyes propias**, entre ellas

- la ley de la gratuidad y la gratificación
- ruptura de los límites cultural-cotidianos entre razón/emoción, mente/cuerpo, entretención/reflexión, entretención/utilidad
- y entre los bordes (producidos por el emisor) de los formatos-géneros televisivos de educación/información/entretención.

Los diversos formatos televisivos constituyen en concreto el espacio-tiempo lúdico de entretención, al interior de los cuales la audiencia puede realizar diferentes reconocimientos e identificaciones, exploraciones acerca de su vida cotidiana, comparaciones, escudriñar un actuar diferente; fantasía de lo posible, indagación de identidad. La entretención puede ocurrir (o no) con géneros muy diversos: de compañía, reportajes informativos, de espectáculo, ficcionales, y otros (cfr. Fuenzalida, 2005). Hay programas de compañía adaptados a la situación de quehaceres en el Hogar, a los cuales sólo es posible otorgar atención de monitoreo, y así la audiencia transita psicológicamente de modo permanente entre el espacio de trabajo cotidiano y el espacio lúdico de entretención. En situación de descanso de los miembros del Hogar, es posible mirar con atención más concentrada, y focalizar el interés en ese espacio-tiempo de entretención (que se procura esté menos contaminado de “ruidos” distractores); en estas situaciones de focalización se produce la mayor ruptura psicológico-cultural del orden rutinario cotidiano con su ley del rendimiento y el mayor ingreso en la esfera gratuita y gratificante del espacio lúdico.

Desde la perspectiva de la recepción televisiva, la entretención aparece como un sentimiento-actitudinal complejo que se opone al aburrimiento, al desinterés, a la desatención, al no-involucramiento; **el sentimiento de entretención no se opone, entonces, ni es contradictorio con información o educación; esto es, no es un sentimiento que anule la cognición**, el cual ha sido uno de los grandes temores en Occidente⁽³⁾.

El tradicional concepto negativo de Entretención

La recepción televisiva obliga, entonces, a reconsiderar histórica y teóricamente el concepto de entretención, tema poco estudiado en la literatura especializada, particularmente en relación con el espectáculo lúdico-televisivo. Se puede constatar en la academia un aprecio negativo hacia la entretención. La concepción negativa tiene antiguas raíces culturales en el ascetismo aristocrático del emperador filósofo Marco Aurelio en convergencia con el judeocristianismo, y posteriormente con la austera religiosidad del puritanismo calvinista⁽⁴⁾; luego en el racionalismo de la Ilustración y en el marxismo; todas concepciones que subrayan la influencia distractora y alienante de la entretención con relación a lo serio e importante de la vida. En la concepción negativa de la entretención, la parte valorada de la vida humana es el trabajo de producción cotidiana de ella con las diversas tareas, quehaceres, negocios, organización social, estudio intelectual, y otras actividades sometidas a la ley del rendimiento; la entretención se comprende como un tiempo de ocio improductivo, donde no rige la ley del rendimiento hacia lo importante; sería una pérdida de tiempo, excepto por el descanso reenergizador (para seguir

haciendo algo útil). A diferencia con la anterior, la concepción positiva de la entretención ha revalorizado, por una parte, el placer y el humor como una gratificación restauradora de la energía psico-física, y por otra parte, una esfera lúdica gratuita y libre, diferente a la vida cotidiana con su ley del rendimiento, que puede estimular afectivo-cognitivamente la fantasía creadora y ensanchar las potencialidades del receptor. Entremedio de ambas concepciones han aparecido las valoraciones de la entretención (no en sí misma) sino en tanto sea calificada de “sana”, o “educativa”, o “concientizadora”.

Desde la perspectiva de la recepción televisiva, la entretención aparece como un sentimiento-actitudinal complejo que se opone al aburrimiento, al desinterés, a la desatención, al no-involucramiento; el sentimiento de entretención no se opone, entonces, ni es contradictorio con información o educación; esto es, no es un sentimiento que anule la cognición, el cual ha sido uno de los grandes temores en Occidente.

Recepción y lenguaje televisivo

Los estudios de recepción, como también estudios sobre percepción de “rostros” de animadores televisivos, ponen de relieve el carácter especial del lenguaje audiovisual. El lenguaje televisivo aparece intrínsecamente menos eficiente para el análisis conceptual abstracto –capacidad propia de la lecto-escritura– y más adecuado para el ludismo y la afectividad, dinamismos que se acentúan por la situación de recepción en el espacio privado del Hogar, con expectativas de descanso, reenergización y gratificación ante el cansancio por las obligaciones cotidianas.

La entretención en un medio con fuertes ingredientes orales reintroduce elementos festivo lúdico y dionisiaco-carnavalescos, propios de las culturales orales, y reprimidos en las culturas racional-apolíneas; el signo comunicacional privilegiado deja de ser la palabra abstracta y emergen signos corporeizados en rostros, gestos y tonos. Pero en la audiencia aparecen también valoraciones educativas relacionadas con vida cotidiana en el hogar, en lugar del disfrute de la alta cultura burguesa. Estos cambios producen bastante molestia, e incluso pánico, en las tradiciones culturales conectadas con el puritanismo y con el racionalismo apolíneo. Comprender la entretención dionisiaca es un desafío muy serio para nuestra época, el cual no ha sido asumido por el racionalismo puritano quien practica una “farandulización culta” de la TV⁽⁵⁾. Interesantemente, la nueva Carta Real para la BBC (marzo 2006) exige explícitamente la entretención entre sus objetivos y sostiene que la entretención no es elección alternativa a otros propósitos⁽⁶⁾. **P**

1.- Esta metodología que recoge la interpretación de la audiencia “in situ” es muy diferente a las especulaciones acerca de un texto producidas por un académico universitario (es decir, introduciendo el “logos” ordenador del intérprete culto) y que inferían una causalidad determinística en las audiencias.

2.- El proceso de involucración-distanciamiento sobre el fondo de la cultura televisiva socialmente aprendida, está igualmente en la base del juicio de credibilidad-confiabilidad ante géneros informativos.

3.- Recordemos que los temores de la cultura occidental ante la entretención ficcional aparecen ya en la novela Don Quijote de la Mancha, cuyo héroe pierde el juicio por la lectura de novelas de caballería y se aliena percibiéndose a sí mismo y actuando como el personaje de las historias leídas. El ensanchamiento de la autopercepción subjetiva por parte de un lector de historias de ficción ha sido considerado en diversas épocas como una transformación potencialmente amenazante, al punto que Wolfgang Iser (1989) recuerda que según Michel Foucault, en su libro “Locura y Sociedad”, cuando en el siglo XVII se comienza a expandir el cultivo del nuevo género de la novela se pensaba que la lectura de ficción novelada inducía a la locura.

4.- Al finalizar la Edad Media, el pintor flamenco Pieter Bruegel el Viejo en su cuadro “La Lucha entre el Carnaval y la Cuaresma” (1559) expresaba el enfrentamiento entre la tradicional fiesta dionisiaca popular y el ascetismo renovado por el puritanismo calvinista.

5.- La Alta Cultura elogia las expresiones popular-dionisiacas cuando han sido reelaboradas en sus propios códigos, como La Negra Ester en Chile, y Carmina Burana de Carl Orff.

6.- A public service for all: The BBC in the digital era. Department for Culture, Media and Sport. March 2006 (3.1.6).

Identidad y TV: Educación teledirigida

■ por Rayén Condeza Dall'Orso

El pasado 20 de abril entró en vigor la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad de la Unesco, aún no suscrita por nuestro país. La urgencia por proteger a ese vasto conjunto de expresiones culturales originales, intangibles, en permanente transformación y que otorgan identidad a los pueblos –“el tesoro vivo” como lo llama Koïchiro Matsuura, su Director General– radica precisamente en su actual y grave estado de vulnerabilidad. Todo aquello está ocurriendo en una época de interconexiones y de posibilidades de comunicación a través de los medios, de incalculable potencial, como el de asegurar, por nombrar tan sólo un aspecto, el respeto a la tan ansiada diversidad cultural.

¿Qué amenaza o debilita, según el concierto internacional, a la multiplicidad de formas en que se expresan y se transmiten las culturas de los grupos y sociedades? Pues, en parte, nuestro propio modo de vida contemporáneo, los procesos desbocados de mundialización, la centralidad de industrias culturales como la televisión, que pueden homogeneizar las concepciones de cultura, generar nuevas asimetrías o bien fomentar su re-conocimiento, respeto y validez.

Por razones de espacio sólo un ejemplo del apabullante problema, con cifras que espantan: en el caso de las lenguas, instrumentos de comunicación social, pero también espejos de percepciones del mundo, sistemas de valores y de expresiones culturales determinantes para la identidad de las personas, más de la mitad de las seis mil existentes corren peligro de desaparecer. El 96% de éstas son habladas sólo por el cuatro por ciento de la población mundial y Unesco calcula que en promedio cada dos semanas una de éstas desaparece.

Es comprensible que frente a realidades de este tipo el señor Matsuura advierta que sólo cabe dotarse de un verdadero arsenal normativo y global –por consenso, claro está– para proteger aquello que peligra, así como para trazar el diseño de las políticas culturales. Así las cosas, y anunciando mi optimismo y valoración positiva por la televisión, no estoy cierta de que le hayamos tomado el peso verdadero al hecho que el 58 % de los chilenos y chilenas que fueron entrevistados en el Informe de Desarrollo Humano del 2002, “*Nosotros los chilenos, un desafío cultural*”, no tuvieran claro qué significaba ser chileno. Hasta las élites nacionales, en el informe del año 2004 “*La libertad cultural en el mundo diverso de hoy*” clasificaron según su grado de influencia a los medios de comunicación, en especial a la televisión, como la institución más poderosa, por sobre los ministerios del área económica, y los grandes grupos económicos.

Aquel es, entonces, y mucho más allá del rating o de la espectacularización de la vida de sólo un cierto tipo de chilenos o famosos, el contexto concreto y dinámico en el que a mi juicio debemos engranar la plataforma de discusión pública e intersectorial sobre el sentido de largo plazo de la televisión en Chile, sobre todo el de la abierta y particularmente el de Televisión Nacional, todavía en la forma y la letra chica “*el canal de todos*”.

Porque independientemente de los cambios tecnológicos que estén por venir, de verdad que como espacio moderno público por excelencia, igualitario por acceso, la televisión abierta sigue siendo el principal referente de información, de entretenimiento, de identificación –sea ésta forzada o voluntaria por la todavía unidireccionalidad de la oferta–, de aprendizaje social e informal de todos los chilenos y chilenas. El 70% de éstos obtiene su percepción de mundo de las noticias de la televisión abierta y siguen las teleseries en familia, el programa más visto en colectivo después de los informativos. No me parece entonces aventurado afirmar que los profesionales de la televisión son hoy los principales constructores de patrimonio cultural. Claro está que por una parte ellos reproducen las concepciones sociales que en un momento dado tiene nuestro país sobre las cosas, en otras transparentan realidades dolorosas no muy convenientes para ciertos grupos de ser dadas a conocer, pero desde el punto de vista creativo también las reinterpretan y resignifican. Y al momento de programar subrayan el punto de vista de qué aspectos de la vida social y qué tipo de actores sociales son a fin de cuentas los más relevantes para un canal, por añadidura para un país.

El resto del común de los mortales estamos bastante condenados, al no figurar públicamente, a desaparecer, salvo que de golpe ganemos la lotería o decidamos entrar a un reality para salir del anonimato o asegurar nuestra movilidad social. Es una figura exagerada, pero busca graficar que lo que oferta cada día esta industria cultural implica el comentario infaltable de los televidentes en los espacios cotidianos y ciudadanos criollos.

Estamos todos metidos en el baile, así que es mejor componer y pensar colectivamente, como proyecto país, cómo vamos a enfrentar a tiempo y seriamente este reto, esta oportunidad, porque nuestra pantalla chica está siendo el espacio privilegiado en el que día a día se están transando y negociando –por medio del rating eso sí– el sentido de lo chileno y la construcción de nuestra cultura. No hacerlo nos hace aún más vulnerables a un sistema audiovisual de mercado en el que la industria chilena tiene un peso ínfimo y que puede ser barrida, en este escenario globalizado, de un simple plumazo.

Por eso es que me parece que aún falta integrar a la televisión –a ese desde luego muy buen negocio– en una perspectiva social y de construcción cultural cotidiana. Saltar desde la discusión tradicional, amplia y finalmente difusa sobre su calidad, o de utilizarla como vehículo de difusión de unas cuantas horas a la semana de “programación cultural”, hacia visibilizar si ésta incluye o excluye a la diversidad cultural, a las distintas expresiones de vida y opiniones de los diferentes tipos de chilenos y de otras sociedades, particularmente a los niños y adolescentes, a los adultos mayores, a los profesores, a los papás y mamás. Es decir, discutir la materia prima para las resignificaciones compartidas que diariamente nos entrega en la comodidad del hogar, en nuestro espacio íntimo de vida privada y durante un poco más de tres horas cada día.

Tenemos mucho que aprender de allá afuera. La regulación y el modelo canadiense de radiodifusión, por ejemplo, descansa en propósitos de fuerte raigambre cultural, como la obligatoriedad de las concesionarias de radiodifusión de producir programas nacionales y regionales, de asegurar la representación de la diversidad cultural en horario prime, de enmarcar claramente la representación de la violencia, así como la representación no sexista, entre otros. Tenemos también que superar muchos mitos, como sentir vergüenza de reconocer que la televisión es educativa y cultural, aunque haya sido o no diseñada con ese

Es mejor componer y pensar colectivamente, como proyecto país, cómo vamos a enfrentar a tiempo y seriamente este reto, esta oportunidad, porque nuestra pantalla chica está siendo el espacio privilegiado en el que día a día se están transando y negociando (...) el sentido de lo chileno y la construcción de nuestra cultura.

propósito o seguir diciendo que lo que la gente quiere es ver pura farándula. Esas concepciones más de forma que de fondo, nos llevan a desaciertos tales como slogans de tipo “La cultura entretenida” (hasta hoy me pregunto cuál es la no entretenida) o al inolvidable primer capítulo de Hora 25, en el que para narrar activamente y con ritmo ágil nos debimos someter a la mareadora tortura de saltos y zooms de cámara además de resistir el traspase.

La BBC también da pistas al respecto, citadas por Sergio Godoy, académico de la UC, en su Informe de Televisión Digital presentado recientemente a la Cámara de Diputados de Chile, al definir a la televisión de servicio público como una televisión con propósito, entre los que destacan valores como “*informar para entender mejor el mundo, estimular el interés y conocimiento del arte, la ciencia, la historia y otros tópicos mediante contenidos accesibles y que estimulen el aprendizaje informal; programas originales de nivel nacional y regional, que generen experiencias compartidas y hacer conciencia de culturas y perspectivas diferentes*”.

A la espera de la sintonía de las políticas públicas y culturales chilenas con el esfuerzo mundial de construcción de un patrimonio cultural diverso y representativo, los estudios que me ha correspondido coordinar en el Instituto de Estudios Mediales de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad Católica buscan precisamente conocer la representación de aquellos actores sociales hoy prácticamente ausentes y todavía poco valorados como audiencias, como los niños y los adolescentes, los adultos mayores, o la de las familias en las teleseries. Nos hemos dado cuenta de que aún falta mucho camino que recorrer en nuestra televisión abierta, sobre todo en lo que a decisiones creativas y editoriales se refiere. Por eso es que nuestro trabajo actual en el primer concurso de Políticas Públicas UC, con apoyo de Mideplan, el Senado y Subdere, busca proponer al país una Política Pública que considere la relación de los medios de comunicación con el derecho de los niños, niñas y adolescentes chilenos a su desarrollo. De lograr su implementación estaríamos favoreciendo a más de un tercio de la audiencia de nuestro país, por nombrar sólo a las personas que tienen menos de 18 años, pero que pertenecen a familias chilenas diversas y en la que las variables culturales están íntimamente asociadas al concepto de desarrollo y de patrimonio cultural. **P**



La hora de la CULTURA ENTRETENIDA

■ por Alfredo Ramírez

Afirmar que el juguete del siglo –como lo bautizó la radio hace cuatro décadas– abandonó su inicial cometido cultural para dirigir sus focos hacia el escenario de la sociedad de consumo, es más que una opinión. Es una realidad avalada por los estudios o críticas del fenómeno televisivo actual. Pero, ¿qué cambió?, ¿el público, el rol del gobierno, los canales? A fin de entender mejor este mosaico de múltiples mutaciones, presentamos una mirada comparativa entre el origen de la televisión en Chile y su realidad hoy.

Para el Mundial de Fútbol de 1962 los tres canales televisivos existentes en el país pertenecían a universidades. En aquella época, la televisión cumplía un rol casi exclusivamente educativo, principio formalizado por la política del gobierno de Alessandri: “Sólo se permitirá el funcionamiento de estudios de televisión exclusivamente destinados a fines culturales y educativos”⁽¹⁾.

Hoy en día, la política estatal es radicalmente diferente. Las normas adoptadas el 30 de noviembre de 1998 por el Consejo Nacional de Televisión (CNTV) obligan a los canales a difundir un mínimo de una hora semanal de programas culturales. Una hora semanal, o sea... nada.

El hombre ante el universo⁽²⁾

La televisión chilena nace, entonces, en un contexto donde el Estado juega un papel predominante en la regulación de la vida social. Es un “Estado participativo”⁽³⁾ que interviene económicamente, promueve políticas de bienestar social y se preocupa de temas vinculados a la exclusión. En esta perspectiva, la televisión aflora como una herramienta para concretizar el proyecto de integración nacional, inspirado por una ética colectiva que valora el esfuerzo del trabajador y la moral familiar.

Un ejemplo de este paradigma es “Teleclases”, programa de Canal 9 que transmitía clases de Química, Física, Biología, Literatura, Idiomas e Historia, destinadas a la comunidad estudiantil de los liceos. Esta experiencia se desarrolló durante todo el periodo de la televisión universitaria. Canal 13, que tenía su propia versión de estas clases televisadas, llegó a obtener el primer lugar en un concurso sobre Televisión Educativa realizado en Japón.

Sin embargo, a poco andar los canales universitarios enfrentarían dificultades estructurales dadas por dos grandes dilemas. Primero, no logran “contabilizar la doble y contradictoria exigencia de ser un canal universitario –por definición no comercial– y de autofinanciarse”⁽⁴⁾. Segundo, pretenden ganar más audiencia y transformarse en medios de comunicación de masas, lo que implica diversificar sus contenidos y no dedicarse únicamente a la función educativa asignada por el Estado.

De los años 60 a la fecha, la fisonomía del Estado chileno cambió radicalmente. Con la dictadura y los primeros gobiernos de la Concertación, se vuelve promotor del neoliberalismo y pretende desligarse de los temas de bien común, sustituyendo el valor de la asociación por el valor de la individualidad.

■ “El mirador de Lukas”, programa emitido en 1986. Gentileza Corporación de Televisión de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.

Es el Estado “eclipsado”⁽⁵⁾, que nace de la transición entre el paradigma de la integración y el paradigma de la competitividad. Si el primero suponía la “existencia normativa y objetiva de un proyecto nacional”, el segundo postula que “la relación entre los individuos y los diferentes mercados debe ser lo menos mediatizada posible”⁽⁶⁾.

En la actualidad, Estado y televisión parecen primos de quinto grado, a pesar del estrecho vínculo que mantuvieron durante más de una década. Las pocas normas que regulan la oferta televisiva las decreta el CNTV, creado en 1992 ante el notorio vacío institucional en materia televisual.

Celebremos “una vez más” el placer de estar juntos⁽⁷⁾

Durante los comienzos de la televisión chilena, sin embargo, su potencialidad como medio de avisaje publicitario era ya conocida por las empresas nacionales, que veían en la televisión comercial americana el mejor ejemplo. En 1963, la falta de recursos de los canales universitarios y la negativa del gobierno a destinar fondos fiscales, obligó a los ejecutores criollos a rebuscárselas apelando al ingenio: “Si en una entrevista había que colocar una botella sobre la mesa, los camarógrafos se las ingeniaban para que no quedara duda sobre la identidad de la botella”⁽⁸⁾.

Al poco tiempo, el ministro del Interior, Sótero del Río, enfrenta furioso al director-gerente de Canal 13, Eduardo Tironi, exhibiendo fotografías de un tarro de leche Nido en que quedaba de manifiesto la publicidad encubierta que se hacía en el canal. No obstante, unos días después, el mismo Tironi recibe una carta del ministro en que se indicaba al canal “seguir en la misma línea”, dando paso a que los demás canales adoptaran similar fórmula⁽⁹⁾.

En adelante, la publicidad ganará cada vez más espacio; si en el año 1967 ocupa un poco más de 2% de la programación, esta proporción pasa en la actualidad al cuarto o al tercio de cada hora televisiva. Además, figura directamente dentro de los mismos programas y surge cuando menos se la espera.

Hoy en día, todos los programas, incluidas las franjas informativas, se benefician del aporte sustancial de empresas privadas que aparecen repetida y sistemáticamente en pantalla. Las empresas que financian nuestra televisión quieren vender, y por eso prefiere obviamente, asociarse a los programas de alta audiencia, configurando un círculo vicioso que discrimina los programas menos masivos, como los de contenidos culturales.

Paralelo a lo anterior, según una encuesta realizada en 2005 por el CNTV⁽¹⁰⁾, lo que la gente quiere ver son programas que informan (87%), acompañan (72%) y divierten (69%), mucho más que programas que proporcionan cultura (40%).

El estrecho vínculo inicial entre televisión y difusión cultural quedó entonces como un mero dato anecdótico. El medio giró rápidamente la cabeza hacia las promesas lucrativas del mercado⁽¹¹⁾ y la autoridad gubernamental niega su responsabilidad respecto de orientaciones que considera de pertinencia exclusiva del mundo privado.

De orejas a ojos grandes

Al surgir la televisión a fines de la década de los 50, se encuentra con la denominada “generación de las orejas grandes”⁽¹²⁾. La familia escucha radio atenta al transmisor. El fenómeno socio-radiofónico favorece la pertenencia a una realidad social común, que se valida en la reciprocidad entre público y medio.

De 1961 al año siguiente, a causa del mundial de fútbol, los 3.500 televisores existentes en Santiago aumentan a 20.000. Los dueños del juguete nuevo acogen en cada partido a las hordas de amigos, familiares y vecinos que no cuentan con un aparato. El revuelo que causó ver desde la casa, por ejemplo, a Leonel Sánchez lanzándole un puñetazo a un jugador de la selección de Italia, da origen a la era televisiva en Chile y al público consumidor del nuevo medio: “La generación de los ojos grandes”.



La masificación del acceso televisivo, a partir de la producción nacional de televisores, permite que en 1970 el parque de receptores se estime en 374.000, aumentando la presencia del medio en la percepción social. Tanto es así, que la publicidad televisiva fue la primera en declarar el paro al socialismo: “la empresa privada impulsa un boicot hacia la TV universitaria, retirando significativos montos de su inversión publicitaria, por considerar que manejan la información pre-electoral sin ceñirse a las pautas de los avisadores”⁽¹³⁾.

El Censo del 2002 arrojó que actualmente en los hogares chilenos hay 4.222.133 televisores, por lo que podemos pensar que todas las casas chilenas poseen al menos un aparato, si no dos o tres. Esto favorece que el “ver televisión” y sus consensos sociales heredados del auditor radial, se fragmenten en una práctica más bien solitaria, determinada por la satisfacción de gustos individuales, potenciados por los múltiples canales especializados de la televisión por cable. De hecho, si bien el 53% de los encuestados por CNTV en 2005 considera que la televisión ayuda a alejar los niños de los riesgos de la calle, sólo el 38% juzga que es positiva para la unión familiar.

Además, está lejos la época en que se escuchaba atentamente la trama de los programas de radio o televisión, pues sólo el 40% de los encuestados del estudio de CNTV mencionan concentrarse en un programa, mientras la mayoría ve varios programas a la vez.

Por lo demás, hoy la carencia radica en la falta de innovación de los formatos culturales, donde siempre se encuentran más libros, más cine, más video, más documentales que explotan “lo exótico”, más instrucción tarzaneca o recorrido pintoresco, culinario, paisajístico, que caen con los brazos abiertos en la ambigua norma del CNTV, la cual reza, “se entenderá por programas culturales los dedicados a las artes o a las ciencias, en un sentido amplio”. Lo que, irónicamente, está lejos del concepto funcional del pasado y, sobre todo, no incluye la multiplicidad de identidades que se generan fuera de la pantalla del juguete del siglo. **p**

1.- Jaime Silva, Subsecretario General de Gobierno, 1962
2.- Primer programa que salió al aire en Chile, difundido por canal UCV en 1957.
3.- Milos, Pedro. 2004. “Familia y Estado en Chile: trayectoria histórica de una relación”. Seminario Familia y vida privada. ¿Transformaciones, tensiones, resistencias o nuevos sentidos? 29 y 30 septiembre 2004, Santiago.
4.- Hurtado, María de la Luz. 1989. Historia de la TV chilena. Ediciones Documentas, Santiago.
5.- Milos, P. Ibid.
6.- Corvalán, Javier. 1996. Los paradigmas de lo social y las concepciones de intervención en la sociedad. Documento de trabajo N° 4, Universidad de Chile, Santiago.
7.- Frase proferida por Raúl Matas, en el programa “Una vez más” cada vez que tomaba café.
8.- Tironi, Eduardo. 1968. Revista Teletrak, N° 3.
9.- “Era una manera indirecta, no comprometedora, de autorizar la publicidad. De ahí en adelante ésta se realizó abiertamente.” Eduardo Tironi, citado en La Historia de la Televisión en Chile.
10.- Instituto Nacional del Consumo de España. 2001. Publicidad y consumo.
11.- Entre 1962 y 1967, la proporción de programación educativa y artística pasó respectivamente del 60% al 22%.
12.- Revista Telekran, 1968, N° 3
13.- Hurtado, María de la Luz. Ibid.

monos animados

Reproducimos aquí una selección de los textos recibidos en respuesta a la convocatoria de RPC, Las mejores fantasías animadas de ayer y de hoy. Agradecemos a todos los lectores que compartieron con nosotros sus experiencias y recuerdos tan vivos, y, sin embargo, en nuestro imaginario colectivo.



Mazing Z

Sentados en el piso, con el uniforme del colegio en las últimas, comiendo Milo a cucharadas, frente a la televisión en blanco y negro. Así recibíamos todas las tardes las radiaciones fotoatómicas de la serie Mazing Z, que transmitía la televisión chilena a fines de la década del setenta. No sé bien qué era más gris, si la pantalla del Motorola, nuestros pantalones de colegio o la siniestra dictadura que gobernaba el país. Sin embargo, recuerdo perfectamente los maravillosos colores de mi serie de robots gigantes preferida.

Estaban los buenos: Koji Kabuto, piloto de Mazing Z. El Profesor Juuzo Kabuto, abuelo de Koji e inventor de Mazing Z. Sayaka Yumi, la bella hija del Profesor Yumi y piloto de Afrodita A, el robot femenino más sexy del universo (¡que lanzaba sus pechos como dos proyectiles atómicos!). El Profesor Yumi, científico colaborador de Kabuto y padre de Sayaka. Boss, el torpe líder de la banda de motoristas que pilotaban el Robot Boss, construido con chatarra.

Y estaban los malos, malos de verdad (sólo comparables al Emperador del Universo de la serie Capitán Futuro, el otro gran anime de la época) que aterrorizaban a la humanidad con sus enormes brutos mecánicos: El Doctor Hell (¿no se parecía un poco a Karl Marx?), científico loco que trata por todos los medios de acabar con Mazing Z y convertirse en amo y señor del mundo. El Barón Ashler, hermafrodita (mitad hombre, mitad mujer) lugarteniente del Dr. Hell dueño de la voz más inquietante del mundo. El Conde Decapitado, un oficial alemán cyborg (mitad hombre, mitad máquina), que llevaba su cabeza siempre bajo el brazo. Estos eran los personajes principales que ocasionaron más de un intento de censura por parte de algunos padres, que veían la serie como una incitación a la violencia en los niños.

Efectivamente, Mazing Z nada tenía de inocente. ¿Pero, qué eran unos cuántos rayos fotoatómicos comparados con la violencia institucional que se vivía entonces, y que nosotros percibíamos no ya como una animación?

Para mí, Mazing Z era lo máximo y fue una de las razones por las que quise ser dibujante de historietas. Pueden ver una de las páginas que hice a los diez años aproximadamente, dibujada con lápiz grafito sobre hojas de cuaderno (y que conservo en unas curiosas fotocopias de la época en hojas de roneo).

Ahora soy artista visual, que no es lo mismo, pero casi...

Jorge Opazo Ellicker

Jet Marte

Cuando lo conocí no sabía del animé ni menos de Joseph Campbell y su héroe de mil caras. Cuando lo conocí tenía cinco años y me gustó porque sí, como dicen los niños. Cuando lo conocí me enganchó enseguida la necesidad de este niño robot porque el mundo funcionara de acuerdo a valores básicos como la lealtad y la justicia, aunque luego los años me darían varios baldes de agua fría al respecto. Cuando lo conocí pude sentir que alguien desde el futuro y al igual que yo comenzaba el mismo camino que yo: el camino de la vida.

Rolando Báez



Dragon Ball Z

Para mí sin duda Dragon Ball y toda su saga, pues marcó un antes y un después en la animación, una historia interminable pero a la vez entretenida, la evolución de un guerrero desde su más tierna infancia, hasta la adultez y consolidación como –lejos– el guerrero más formidable de todos los tiempos. Pueden decirme, ¿quién en una batalla cuerpo a cuerpo le puede ganar a Goku? Difícil... muy difícil.

Héctor Arriagada

Transformers, más allá de lo que ves

Transformers (G1, G2 y la Película) fueron hitos generacionales, ya que en la susodicha serie se transgrede la idea de una mera "guerra intergaláctica" entre dos bandos, y se va "más allá" de lo que los ojos pueden ver, sobre todo, en la película, en donde más de un individuo obtuvo un gran trauma para su vida; la muerte de Optimus Prime (la muerte del bien, de la lealtad, de los valores que la sociedad defiende), marcó vidas, y para muchos, marcó el paso de la niñez a la madurez. En transformers constantemente apreciábamos traiciones, avaricia, estrategia y honor, y eso, fue mucho más de lo que cualquier dibujo de Hanna Barbera pudo entregar.

Yogurtito Faratzis

Los Simpsons: Una dulce crítica social

Son tantos los años que han endulzado mi pantalla y me han hecho sonreír con sus ironías que son parte de mi vida. Todo parte en mi infancia cuando con mi hermano trasnochábamos los viernes para no perdernos los capítulos de nuestra serie preferida. Recuerdo que en aquellos años muchas cosas no nos quedaban claras, pero igual nos encantaban.

Al pasar el tiempo ambos crecimos y cambiamos, él es ingeniero y yo profesora, él se olvidó de la televisión y yo comprendí lo que antes no estaba claro, ese sarcasmo extraño era el reflejo de la realidad, mi realidad.

Andrea Saavedra
Investigadora de la Editorial Cultural Intercomuna
Victoria, IX Región de la Araucanía



Libros

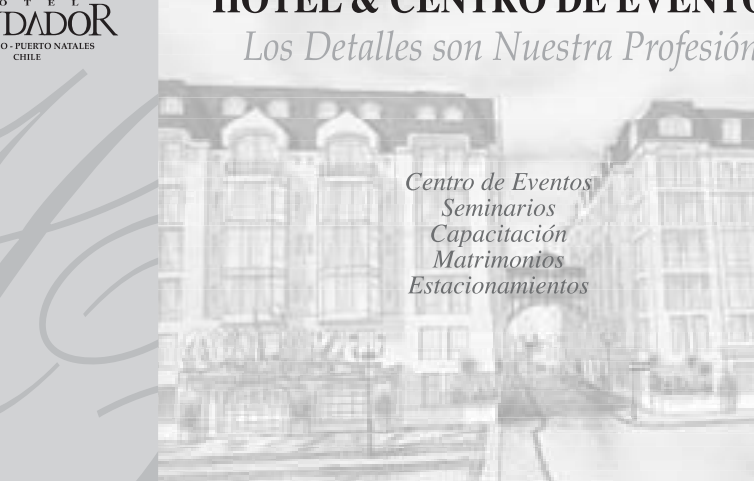
- **Televisión chilena: sus primeros pasos (1959-1973)**
Torti, Juan Ángel
Emege Comunicaciones; Chile, 2005.
Sección Chilena Biblioteca Nacional 11; (427-37)
- **Mirando televisión: apuntes sobre su significado**
Santibáñez Yáñez, Cristián
Bravo y Allende Editores; Santiago de Chile, 2003.
Sección Chilena BN 11 M; (289-23)
- **Zapping: sociología de la experiencia televisiva**
Alberto Abruzzese, Andrea Miconi; traducción de Pepa Linares
Cátedra; Madrid, España, 2002.
Sección Fondo General BN 4; (54-15)
- **Televisión abierta y audiencia en América Latina**
Fuenzalida, Valerio
Editorial Norma; Buenos Aires, Argentina, 2002.
Sección Chilena BN 11 A; (111-47)
- **Televisión, violencia e infancia: el impacto de los medios**
García Galera, María del Carmen
Editorial Gedisa; Barcelona, España, 2000.
Sección Fondo General BN 5; (1211-32)
- **Sobre la televisión**
Bourdieu, Pierre; traducción de Thomas Kauf
Editorial Anagrama; Barcelona, España, 2001.
Sección Fondo General BN 5; (671-48)
- **Comunicación: la televisión desde los niños**
Avendaño, Claudio
Ediciones Universidad Diego Portales; Santiago de Chile, 2000.
Sección Chilena BN 10 M; (132-21)
- **El impacto social de la imagen**
Merlo Flores, Tatiana
Ediciones de la Universidad Católica Argentina; Buenos Aires, Argentina, 2000.
Sección Fondo General BN 5; (916-33)
- **El drama televisivo: identidad y contenidos sociales**
Buonanno, Milly
Editorial Gedisa; Barcelona, España, 1999.
Sección Fondo General BN 5; (893-39)
- **Diccionario de televisión**
González Ylabaca, Enrique
Fundación Universidad Diego Portales; Santiago de Chile, 1998.
Sección Chilena BN 10; (849-59)
- **El televidente**
Parra, Marco Antonio de la
Editorial Planeta; Santiago de Chile, 1998.
Sección Chilena BN 9A; (549-35)
- **Comunicación, consumo cultural y cultura cotidiana: el caso de la información televisiva**
Santa Cruz A., Eduardo
Universidad ARCIS; Santiago de Chile, 1997.
Sección Chilena BN 9A; (530-25)
- **Televisión y violencia**
Edison Otero, Ricardo López
Bravo y Allende Editores; Santiago de Chile, 1993.
Sección Chilena BN 11; (873A-66)
- **El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad**
González Requena, Jesús
Cátedra; Madrid, España, 1992.
Sección Fondo General 2; (305-21)
- **Historia de la televisión chilena entre 1959 y 1973**
María de la Luz Hurtado, Paula Edwards, Rafael Guilisasti
Ediciones Documentas Ceneca, Santiago de Chile, 1989.
Sección Chilena BN 10; (146-15)



Foto: Museo Histórico Nacional

Vínculos

- <http://www.ehu.es/zer/temas.html#tele>
Estudios sobre televisión española.
- http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0071-17132004003900003&script=sci_arttext&tlng=es
El acceso a las noticias de TV como estrategia política: un análisis del discurso, por Pedro Santander Molina.
- www.cntv.cl
Portal del Consejo Nacional de Televisión. Artículos, estudios y estadísticas sobre la televisión.
- http://www.civertice.com/avance_resultados/PortillaAEDEMOTV.pdf
La generación Internet frente al televisor, por Idoia Portilla.
- www.ina.fr
Portal del Instituto Nacional Audiovisual de Francia.
- <http://www.sernac.cl/estudios/detalle.php?id=1026>
Publicidad, consumo y género en la televisión chilena. Estudio de Servicio Nacional del Consumidor, Sernac.
- http://www.nuestro.cl/notas/rescate/tv_hitos.htm
Nota sobre los programas más emblemáticos en la historia de la televisión chilena.
- http://www.uc.cl/fcom/p4_fcom/site/artic/20050410/pags/20050410222314.html
La estructura dramática en TV: una fórmula para atrapar a la audiencia, por Carmen Gloria López.
- <http://www.chile21.cl/foro21/28/2.act>
Televisión Chilena y Calidad de Programación. Artículo de Roberto Trejo.
- http://www.puc.cl/fcom/p4_fcom/site/artic/20050417/pags/20050417184204.html
Una medida de calidad: diversidad programática en la TV chilena 88-97. Artículo de Sergio Godoy E.
- <http://www.icei.uchile.cl/comunicacionymedios/12santacruz.html>
El neopopulismo de la televisión chilena, por Eduardo Santa Cruz.



Hotel
FUNDADOR
HOTEL
SANTIAGO - PUERTO NATALES
CHILE

HOTEL & CENTRO DE EVENTOS
Los Detalles son Nuestra Profesión

*Centro de Eventos
Seminarios
Capacitación
Matrimonios
Estacionamientos*

Paseo Serrano 34, Santiago - Chile  **Metro U. de Chile**
Fono: (56-2) 387 1200 - Fax: (56-2) 387 1300

www.hotelfundador.cl

ARTE
ALLIMITE.
REVISTA ESPECIALIZADA EN ARTE

Nº21

DEPOSITE AQUÍ SUS OBRAS DE ARTE

Nicanor Parra

ARTISTA PORTADA: NICANOR PARRA



bigbanner
SOPORTANDO SUS GRANDES IDEAS

- Gigantografías
- Lienzos
- Letreros
- Decoración de Vehículos

www.bigbanner.cl



GOBIERNO DE CHILE
DIRECCIÓN DE BIBLIOTECAS, ARCHIVOS Y MUSEOS

bitácora

MNHN

Nuevas salas, más cultura

A comienzos de julio, el **Museo Nacional de Historia Natural** inauguró dos nuevas salas de exposición. Se trata de las salas 14 y 15 del Tercer Nivel de Exhibición del museo, construidas durante el 2005 en el marco del Proyecto de Ampliación o incremento de nuevos espacios de exhibición, impulsado por la Subdirección de Museos de la Dibam. Según explica María Eliana Ramírez, Directora del MNHN, las nuevas salas suman más de 400 metros cuadrados al espacio de exposición y, centradas en el patrimonio natural del país, su implementación significó una inversión cercana a los 100 millones de pesos.

¿Qué temáticas o áreas del conocimiento abordarán las nuevas salas de exhibición del MNHN?

La temática general de la exhibición del Tercer Nivel es mostrar la diversidad biológica y cultural de Chile. En ese contexto, las nuevas salas tratarán sobre el uso de los recursos naturales y el impacto humano sobre ellos. El primero de los espacios de exhibición abordará cómo el hombre que habitó tempranamente el territorio de Chile se relacionó con su entorno natural, haciendo uso de los recursos de manera armónica. Esta interrelación del hombre con su medio natural no sólo modificó la economía de estos pueblos, también modificó sus formas de organización social, su espiritualidad y las formas de verse a sí mismos y al mundo. La segunda sala, en tanto, se centrará en el impacto humano que ha significado, a lo largo de la evolución histórica del país, el uso de los recursos naturales. Para ello, se muestra, gráficamente y como ejemplo, la influencia del hombre como modificador del paisaje en el Archipiélago Juan Fernández.

¿Con qué se encontrarán los visitantes del museo al recorrer estos nuevos espacios?

Se mostrará, en una gran vitrina, el paisaje natural de la isla, con toda la riqueza de flora y fauna propias del lugar, y los impactos que han ocurrido a través de la introducción de especies desde el continente, como los conejos, las cabras, etc. La gran vitrina presentará estos paisajes en fotos iluminadas por detrás (back light) como fondo y, en primer plano, irán elementos de la flora y fauna, tanto marina como terrestre, en forma destacada. Se presentan animales en forma embalsamada, otorgándoles un singular atractivo por el aspecto natural que esta técnica de conservación permite. Y frente a la gran vitrina irá la gráfica con textos y fotos explicativos del tema en cuestión.

En la segunda sala se muestra el territorio chileno dividido en cinco áreas geográficas o biomas, incluida un área oceánica como Isla de Pascua, en las cuales se localizan diferentes grupos humanos con sus singularidades y similitudes, destacando el uso de los recursos naturales que cada uno de estos grupos ha realizado para su subsistencia. Asimismo, se presenta un recorrido a lo largo de una gran vitrina, donde de fondo nos encontraremos con los paisajes o biomas característicos de estas cinco áreas, destacando lo más singular y único, y en un primer plano se exhibirán una diversidad de objetos culturales y de nuestra diversidad biológica pertenecientes a las colecciones patrimoniales que el museo conserva y que son ilustradores de los temas allí expuestos. Y, como en la sala anterior, frente a la gran vitrina, en el costado oriente, irá la pannelería dividida en los mismos cinco sectores correspondientes a los biomas exhibidos. Cada panel, ilustrado con textos y fotografías a color, dará cuenta de las características geográficas, ambientales y ecológicas del bioma, del uso de los recursos por esas poblaciones humanas adecuando el ambiente a sus necesidades y, por último, de una explicación de cómo el paisaje y el ambiente en que se han asentado los grupos humanos modela y condiciona la visión que ellos tienen de sí y del mundo, su cosmovisión.



Automatización:

Dada la importancia del libro y la lectura para el desarrollo de la ciudadanía y el enriquecimiento de la cultura, es que la Dibam ha sumado una nueva estrategia para incentivar el acceso a las bibliotecas públicas de todo el país, en un proyecto que moderniza y facilita el servicio al público usuario.

“Automatización” es la palabra. Por medio de la incorporación de los catálogos de las bibliotecas a una red en línea, los usuarios podrán consultar la existencia del libro requerido, incluso desde su domicilio. La operación bastará para saber en qué biblioteca se encuentra el libro y la disponibilidad de éste.

Involucrar la tecnología contribuirá a una mejor administración de las colecciones y cuidado de los libros que la Dibam pone en comodato y, asimismo, a tener la oportunidad de saber realmente cuál es la situación del libro en las distintas comunidades del país donde haya bibliotecas que cuenten con BiblioRedes.

Pero esto no sólo significa para el usuario una mejora en el acceso al libro, sino además, es la puesta en marcha de un instrumento de medición que permite saber efectivamente, con rapidez y en tiempo real, qué se lee, con qué frecuencia y quién lee, lo que favorecerá el detectar carencias y facilidades. Esta información semanal, mensual o cómo se requiera, a la vez redundará enormemente en diseñar y ejecutar políticas destinadas al fomento del libro y la lectura, de manera veraz y oportuna.

Efectivamente, la automatización es un proceso gradual. La Biblioteca Nacional fue la primera que se automatizó, detrás de ello hubo una reorganización de las colecciones. Actualmente se encuentran en proceso la Biblioteca de Santiago, las bibliotecas del Metro y la Biblioteca Severin en Valparaíso. Para diciembre se espera contar con el 20% de las bibliotecas públicas en línea y en 3 o 4 años completar la totalidad.

Por tanto, este proyecto apuesta a potenciar la automatización de los servicios de la Dibam y aunque el proyecto involucra primordialmente la tecnología, se trata de un proyecto de gran dimensión social, que por sobre todo favorecerá el incremento del acervo de la lectura, a través de una información de primera.



t.v.

Como los primitivos junto al fuego el rebaño se arremansa
atomizado

En la noche de las cincuenta estrellas, junto a la televisión en
colores.

De esa llama sólo se salvan los cuerpos.

En cada hogar una familia a medio elaborar clava sus ojos de
vidrio

En el pequeño horno crematorio donde se abrasan los sueños.

La antiséptica caja de Pandora

De la que brotan ofrecidos a la extinción del deseo

Meros objetos de consumo

En lugar de signos, marcas de fábrica.

Hombres y mujeres reducidos por el showman a su primera
infancia

Ancianas investidas de indignidad infantil

Juegan en la pantalla que destaca sus expresiones inestables

Como las de las cosas en el momento de arder

Enrique Lihn

A partir de Manhattan

Ganimedes, Santiago de Chile, 1979