

## compañía de jesús - departamento de comunicación social

Seminario "Imágenes y Valores"  
Jahuel, 26-28 de marzo 1993

### Sugerencias

- P. Mario Zañartu (introducción)

Existe un cierto consenso en algunas cosas fundamentales, que traté de resumir en la primera frase de la primera invitación, como el interés por actitudes tolerantes, pacíficas y solidarias, que afectan a nuestra comunidad nacional. Creo que el desacuerdo no es tan grande que debamos partir por definir los valores, y un ejemplo de esto es la idea de educar a través de la televisión por ejemplo, en algo tan obvio como las reglas del tránsito; o sea, cómo respetarnos mutuamente en este hecho de que tenemos que circular entre otros circulantes.

Entonces, suponiendo que hay una cierta gama de actitudes que nos interesa que sean promovidas a través de los medios de comunicación masivos, nuestra pregunta es qué sugieren Uds. en cuanto a la humanización de la comunicación masiva, de la comunicación social; y más específicamente qué nos sugieren a quienes decimos que tenemos como profesión la promoción de la persona y la protección de los valores. Lo que en Chile no es muy difícil de aceptar, sobre todo después de lo que las Iglesias cristianas hicieron durante la dictadura, por los derechos humanos.

Gonzalo Contreras

Creo que hemos visto un intercambio de sensibilidades, en un encuentro que es raro entre el mundo de los intelectuales y los creadores -incluyo al cine-, con el mundo de la gente de las comunicaciones. Se ha percibido la diferencia del discurso en la gente que viene de los medios; pragmatismo que puede parecer un poco brutal, con conceptos de los ratings, etc., etc. Esto, contra un discurso de los intelectuales, poco realista y tal vez algo cándido.

Así es que de esto, salvaría la posibilidad de que el discurso de los intelectuales, y su trabajo, pudiera intervenir dentro de los medios, con lo que yo podría definir como un mejoramiento de los contenidos. Creo que un mejoramiento de los contenidos, incluso en su estética, implica por sí solo un aporte al tema de los valores. Creo que una serie más inteligente, una serie con mayor complejidad dramática y con mejor cine, contribuiría por sí sola al campo de lo valórico.

Creo que el camino existe que el mundo de los intelectuales y el de las comunicaciones dejen de ser compartimentos estancos, y se filtren entre sí, se conecten e inicien un diálogo. Que

los escritores lleven guiones a la televisión, que los directores les encarguen series; que los intelectuales puedan diseñar programas en conjunto con los encargados del diseño de la programación.

Mi sugerencia va por el lado de un mayor intercambio entre estas disciplinas y sensibilidades.

### Ricardo Larraín

Quisiera agregar un concepto que siempre se dice de la televisión: que es auto-referente. Creo que esa auto-referencia emana de que es un trabajo muy estresante, el problema es que estos sistemas se van asfixiando. Entonces se quejan del rating, hay innumerables problemas al interior, y lo digo desde mi particular punto de vista.

Se habla en Chile, de la capacidad instalada de asistir a la televisión, y cuando esa capacidad se propone, la mirada de los ejecutivos de televisión suele ser transparente, de modo que las fórmulas giran siempre en torno a sus propias referencias. Yo entiendo que todo eso está cargado de información científica, etc., pero si las respuestas existen previamente el diálogo no funciona. Pero creo que hay un porcentaje de esas proposiciones cándidas, que probablemente sean la clave para solucionar los problemas que esa gente tiene.

Tengo la sensación de que esos mundos no se tocan realmente, en términos laborales o de equipo de trabajo. Aunque no conozco por dentro los canales, me pregunto cómo pueden evaluar un proyecto dramático si no tiene dramaturgos al interior que puedan leerlo. ¿Cómo un canal va a diseñar algo creativo, cuando son ellos mismos quienes diseñan sus programas?. En ese sentido, creo que los canales debieran copiar el sistema de las agencias de publicidad, que es comprar creatividad; no pensar que ellos tienen la mejor idea.

La gente de la televisión está convencida de que sabe, y sin duda es así, pero no se quejen de que les falta lo otro porque lo otro es lo distinto. Entonces, administrativamente hay dos sugerencias concretas: uno, me parece increíble que no tengan departamentos de dramaturgia y, dos, que no tengan departamentos creativos.

En esos departamentos específicamente, pueden insertarse gente que lea, que diseñe proyectos, gente que esté pagada para tener ideas. Porque aquí aparentemente, la idea viene del aire, todo se invierte en producción y nadie quiere gastar dinero en ideas.

Sergio Vodanovic

Aunque se convocó a hablar de los medios masivos de comunicación, aquí hemos hablado específicamente de televisión. Creo que este debate ha sido una reproducción, a otro nivel por cierto, de un debate que está presente todos los días y a toda hora en las mesas de los hogares chilenos. La televisión es discutida y comentada; y lo que aquí hemos dicho corresponde a una inquietud nacional.

Ahora bien, si esto es una inquietud nacional, creo que podrían existir algunos mecanismos para mejorar la televisión en lo que a valores se refiere. Entendiendo que el rating no es otra cosa que la expresión de lo que la gente elige para ver. Se ha dicho, y siento que con mucha razón, que las posibilidades de elección son pocas y que la pasividad del receptor lo hace indemne.

Si el chileno tomara conciencia de que tiene en sus manos cambiar la televisión, porque en la medida que deja de ver un programa bajará el rating -y como esto es lo que importa a los ejecutivos de la televisión, tendrán que cambiarlo-. Si se dieran cuenta que efectivamente ellos pueden influir en ese aspecto, ya tendríamos ganada una parte de la batalla. Y si a través de organismos intermedios, se estimulara la toma de acuerdos de no ver tal cosa, o no comprar tal producto que financia cierto programa, podría de alguna manera influir.

Me doy cuenta que lo anterior es un tanto utópico, pero de alguna manera se puede intentar la toma de conciencia del público en general, de que es en sus manos en las que puede estar el cambio. Eso solamente se puede hacer en la medida de que se tome conciencia, de que se le incite a actuar, a no ser el espectador pasivo que solamente recibe sino que apaga el televisor o simplemente no ve tal programa.

¿Cómo hacerlo?. No sé, pero me imagino que el Departamento de Comunicación Social puede encontrar la forma.

Segunda sugerencia. En el acta que se acompañó a la primera invitación, de una reunión celebrada hace diez años, hay una sugerencia de Renato Poblete. El decía que se debía crear un estímulo respecto a aquellos programas de televisión que representen valores, que tienen calidad ética. La Iglesia Católica tiene una oficina que anualmente premia a una película por su calidad no solamente artística sino por su calidad ética; es un premio reconocido al cual la gente aspira. Creo que si existiera un estímulo de este tipo para la televisión se lograría algo positivo.

Recuerdo -y disculpen que haga una referencia personal-, que cuando terminé una teleserie que se llamaba Los Titeres, recibí una carta de Gabriel Larraín y de Mario Zañartu, en la que me decían que había probado que se podía conciliar el rating con una serie moralmente irreprochable. Esa carta ha sido el mayor estímulo que he recibido. Lamento que haya quedado ahí, porque creo que ese tipo de estímulo debiera realizarse y ser una labor del Departamento de Comunicación Social de la Compañía de Jesús.

Una tercera sugerencia, va dirigida al Consejo Nacional de Televisión, aun cuando ignoro si dentro de su ley orgánica existe esta atribución. Pero sucede que cuando hablamos de los valores que se emiten por la televisión, en definitiva se trata de los valores de las personas. Cuando yo escribo no tengo en modo alguno en la cabeza la idea de destacar tal o cual valor, simplemente escrito y de ahí salen una serie de cosas en las que están implícitos mis valores.

En los canales de televisión existe un personal, y en este momento no me refiero a los altos ejecutivos, sino a los que en definitiva "cortan el queque" en lo directo: los productores, los directores, incluso quienes dan la cara ante las cámaras y que con un solo gesto pueden enviar mensajes valóricos o no valóricos. Es imposible controlar eso, salvo que las personas que allí estén tengan una mayor capacidad cultural. Creo que hay gente de gran educación universitaria y cultural, y hay otros que simplemente han ido subiendo paso a paso; pero a veces no tienen la calidad cultural necesaria que a su vez es la representativa de los valores. Por tanto me parece fundamental que exista un programa de capacitación para las personas que están trabajando en televisión.

Recuerdo que cuando en Chile se inició la Televisión Nacional, el Estado becó a una serie de personas para estudiar el campo técnico y también uno mucho más amplio sobre lo que era la televisión. Creo que en la medida que tengamos gente mejor preparada habrá emisiones de mejores valores.

#### Ana María del Río

Voy a suponer que la televisión no tiene ningún poder y me referiré a cuál debería ser la labor de los escritores, en esta incorporada de valores humanistas y de propagación de valores humanistas. No tengo recetas, constato un hecho. Creo que los estilos de la mayor parte de los escritores chilenos contemporáneos y también extranjeros, se están dirigiendo más e inevitablemente hacia el ojo que hacia la palabra. En ese sentido es como una alfombra para hacer el puente hacia una televisión que, vuelvo a suponer, no tiene ninguna ingerencia.

Lo que propongo es una abertura de óptica, es decir, los escritores deben abrir más ese lado ojo de su pluma; y por el otro lado, esta televisión que en un contexto imaginativo presupongo como servidora de la letra escrita, la propongo también acercándose al escrito-ojo contemporáneo más que a la proyección de sus propias ideas de tipo didáctico, pedagógico o destinadas y nacidas nada más que de personas que trabajan técnicamente con la imagen.

Me gusta el sueño que propongo, pero también en esta apertura de óptica que deberían tener escritores y televisivos, pienso que lo de los valores se debe abrir. ¿Qué quiere decir eso?. Dar paso a valores de la escritura es meterse en una aventura inquietante, a veces peligrosa, es meterse en valores transformantes, en situaciones dadoras de vuelta; en cosas que no estén tan claras que son "buenas para los niños", "malas para los niños": sino que realmente se abran ojos, pieles, tactos, etc.

En ese sentido me declaro un poco escéptica de ese "moralmente irreprochable" que decía Sergio anteriormente, no en el sentido de negarla sino de abrir un poco más el lente.

#### Darío Osses

Yo querría complementar lo que se ha dicho, con algunas insinuaciones prácticas.

Para producir este encuentro de lenguajes. Para mí fue muy útil aprender el lenguaje de la televisión, cosa que hice con Sergio Vodanovic en un taller de dramaturgia organizado por el Canal 13. Ahí aprendí a escribir para televisión, cosa que me ha servido mucho. Creo que esa iniciativa, que no tuvo continuidad, podría ser no sólo en el género de teleseries -la técnica dramática-, sino para otro tipo de productos.

Lo otro que me parecería interesante, es introducir el concepto de "televisión-arte". Creo que ya hay, y pongo como ejemplo "El Mirador", está trabajado con calidad artística; me he acercado a la realidad de este país a través de ese programa con agrado y satisfacción desde el punto de vista estético, como lo podría hacer con un libro.

Por otra parte quiero agregar a la sugerencia de entregar un estímulo al mejor programa, o al que tuviera valores, hacerlo extensivo al comercial que tuviera valores, y agregar un antipremio. Porque he visto comerciales bellísimos, por ejemplo el de la CTC, de la familia sureña que llama al abuelo; y también hay algunos abominables desde el punto de vista de los valores, como el del señor que está desesperado porque ha

heredado una biblioteca, puros libros, y sólo se contenta cuando encuentra unos billetes. Eso merecería un antipremio.

### Eugenio García

Se corre el peligro de transformar las sugerencias en una suerte de buenos deseos, y creo que en la televisión es especialmente complicado el tema del Chile actual, porque al parecer hay un propósito común extremadamente claro en el país y tiene que ver con la llegada a un estado que se ha calificado como desarrollado. Se sienten los éxitos económicos como colectivos, y eso tiene acciones muy concretas de parte de nosotros, los usuarios de este país. Sabemos muy bien qué significa el progreso, o creemos saberlo; y por eso cambiamos de auto, nos compramos casa en la playa, etc., estamos en una escalada de producción de bienes cada vez más intensa. Tenemos un propósito colectivo y sabemos representar el papel que eso significa.

Ahora, hay cierta sospecha de que este propósito colectivo no nos llevaría a la felicidad eterna al final del camino, pero nadie nos ha dicho de manera convincente, definitiva, qué otra opción tenemos. Más bien lo que hay es que al lado de esta carretera por donde vamos raudos y veloces, gente que nos dice ¡paren!; pero nadie quiere parar. En ese sistema está metido el tema de la televisión con esta fiebre competitiva. Es imposible bajarla de esa carretera, a menos que se proponga un camino diverso tan rápido como ese.

Entonces, creo que cualquier acción que se emprenda aunque sea en la dirección correcta, mientras no propongamos un modelo distinto o igualmente atractivo que el que tenemos, en que todos seamos capaces de jugar los papeles que ese nuevo modelo implica. Por ejemplo el tema de la ecología, que se ha puesto de moda y se ha interiorizado en las personas, está haciendo que tengamos comportamientos distintos frente al tema del desarrollo; eso es algo que llevó su tiempo meterlo, y mucho trabajo por parte de los activistas ecológicos que pusieron el tema en el tapete; hoy día este tema se respeta donde uno vaya.

También debiera haber un activismo seductor y atractivo, capaz de decirnos que además de cambiar de auto existe otra opción y que ésta sea absolutamente congruente con nuestros deseos. Porque si al parecer esta carrera en que se encuentra el país, si se mira prejuiciadamente trae sólo beneficios económicos, creo que, al contrario, está poniendo valores que antes no eran considerados por la sociedad chilena; por ejemplo: la ética del trabajo -tendíamos a pensar que éramos un país bastante flojo-, pienso que ahora mal podríamos decir eso. Otro valor es el prestigio de la calidad, que está siendo reconocida porque produce más; por último existe el valor que es la

legitimidad de la vocación, hoy día es bastante raro que un padre imponga a su hijo la carrera que debe seguir; es el hijo quien elige, lo que tiene una legitimidad bastante fuerte.

Me parece que le cabe a los "pastores de almas", tratar de definir cuál es el propósito común que nos puede sacar de esta carrera, o ponernos en otra carrera, que también signifique conciliarnos con lo que es este país en el mundo y con los

problemas efectivos y reales de pobreza que existe. No basta comprender la pobreza, creo que todos estamos de acuerdo en acabar con ella.

#### Cristián Calderón

Mi intención es la de compartir con Uds., la suerte que he tenido durante la semana pasada y antepasada, de asistir a unos encuentros de análisis y reflexión respecto de la modernización del Estado. Y uno de los temas que surgieron fuertemente, de alguna manera como paradigmático, era el tema de la eficiencia; y ese concepto tuvimos que descomponerlo para que no nos lleve a enormes distorsiones que podría generar si no lo entendemos en su plena apertura.

No se puede hablar de eficiencia sin hacerlo simultáneamente de eficacia. Un tema que para mí fue novedoso, porque uno tiende a identificar eficiencia y eficacia como sinónimos. En la Escuela de Economía, aprendí que uno era eficaz si lograba los objetivos sin importar los recursos que se invertían, porque había un privilegio del tiempo en lograr los objetivos planteados; y eficiencia era lograr los objetivos con el mínimo de recursos.

Sin embargo, se ha avanzado hoy día, a un tercer estadio conceptual en el cual la eficiencia y la eficacia no tienen que ver con el sinónimo, ni tienen que ver con los suplementario en términos del uso de los recursos, sino con un concepto de complementariedad. Y se entiende que es eficiente algo, cuando los resultados de un sistema en relación a lo que invirtió en sistema tiene alguna relación. Es decir, que para lograr eficiencia se tienen que alcanzar mejores resultados, o disminuir los costos; y se analizó que la eficiencia del aparato del Estado se había orientado básicamente y exclusivamente en no redefinir nuevas metas que el sistema tiene que generar, sino básicamente reducir los costos. Por tanto, al reducir el personal y el aparato del Estado, supuestamente estamos logrando la eficiencia.

¿Qué se logra entender posteriormente?, que hemos sido eficientes pero no eficaces. Porque el concepto de la eficacia tiene que ver con los productos que el sistema debiera generar. Ahí cabe un problema ético: ¿cuáles son los productos que los sistemas deben generar?, ¿cuál es el rol del Estado? y en este caso ¿cuál es el rol de los medios? y qué deben estos medios generar en un país como Chile, partido por los productos logrados.

Cuando tomamos el concepto de eficiencia que es válido, pero además le sumamos el concepto de eficacia, en el cual se tiene que pensar que todos los sistemas -incluyendo los medios de comunicación-, tienen que tener productos esperados por la sociedad y que su eficacia será evaluada en función de lo que se espera y entre lo que se espera y lo que realmente están entregando, se producen las grandes brechas.

Entonces, mirado desde el punto de vista de los medios, la pregunta es si se ha hecho este desafío de encontrar creativamente y desde una postura ética, cuáles son los productos que este sistema debiera generar. Aquí surgió un nuevo elemento conceptual y es que no solamente hay que considerar las demandas. Y específicamente es muy peligroso considerarlas, en sistemas como los medios de comunicación; porque hay demandas que no son necesidades y hay necesidades que no son demandas. Y el sistema puede estar demandando estudiar Comunicación Social, en torno a cuya demanda se ha creado un verdadero mercado persa que está generando 1.000 ó 2.000 estudiantes de dirección, producción de televisión, etc., para ingresar a 5 puestos de trabajo. Por tanto, lo que el sistema hace ahí es eficiente desde el punto de vista de lograr un objetivo con un mínimo de recursos; pero es tremendamente ineficaz, porque las energías que deberían haberse colocado en el sistema se desvirtúan y producen en el largo plazo una distorsión y no una integración.

El problema de la reflexión ética tiene que ver ciertamente con el tema de la eficacia. No dejarse arrastrar por el paradigma de la eficiencia, porque eso pareciera ser la meta que tenemos hoy día como único objetivo; hay que trasladarse al concepto complementario de la eficacia y pensar que los medios de comunicación son nuestros, chilenos, no de otros países; por tanto cuando se habla de las demandas se tiene que hablar también de las necesidades que el país demanda de las comunicaciones, y debe hacerse un inventario cierto de los problemas del país, partiendo de que coexistimos entre muchos otros países, en un mundo donde los medios de comunicación, por sus características, pueden aportar a la solución de sus problemas.

Eduardo Silva

Me llevo una sensación de cierta gratitud y agradecimiento respecto a la televisión, por conocer un poquito más el medio y no criticar de memoria. Es una primera sensación y una responsabilidad de que hay que asomarse mucho más para poder tener una palabra medianamente válida. En particular, quiero agradecer la honestidad y la ausencia de actitud defensiva que he percibido en la gente de televisión, lo que nos acerca.

Al mismo tiempo, asumo la conciencia de los condicionamientos. Esto no es academia, la imagen tiene que ser entretenimiento y su función es como se ha dicho "dionisiaca", lo que preside muchas cosas y no hay que pedirle lo que no puede dar. Por otro lado, está el mercado, hay que reconocerlo.

Por otra parte, sentir lo que no hay que hacer respecto de los valores -cómo ganar la batalla de los valores en la televisión-, esta actitud utilitarista. No pedir lo que no puede dar, porque a lo más la televisión puede testimoniar -en la medida que pone delante- acreditar ciertos usos, ciertos valores, pero no tiene que tener ninguna pretensión de creación de valores. Cuando alguien que crea valores se apodera del medio, se convierte en totalitarismo y puede ser horroroso que una televisión decadente y abierta a todos.

Tampoco se trata de disculparse diciendo que lo único que hacen es reflejar la sociedad, porque hay un proceso de selección, de autocensura y censura, en la gente de la televisión. Hay que preguntarse cómo iluminar un poco más eso, cómo valorar los criterios de selección porque la televisión no es reflejo; hay alguien que hace activamente algo.

El desafío que me parece mayor, es cómo resolver la ecuación en Chile y América Latina, de cultura y modernidad. Cómo nos apeamos a la modernidad respetando lo que somos, sin caer en alienación y sin quedarnos en una especie de narcicismo, de una protección frente a todo lo que viene de afuera. La televisión no es la que tiene que responder la ecuación, pero pudiera colaborar a ella en la medida que tiene delante -siendo un aparato modernizador-, una cierta conciencia de nuestra propia cultura. ¿Cómo la televisión se puede meter en ese desafío mayor?, que implica la crítica esto de crecer sin límite, hasta lo que se ha dicho de que en ella pudiéramos reconocernos como país, mirarnos todos. En el fondo, la cultura y modernización, ¿cómo asumimos esta modernidad siendo lo que somos, con el modo propio como habitamos?.

Juan Pablo Contreras

A mí me ha gustado mucho lo que se dijo sobre la seducción versus la admonición. La seducción como una oferta y una posibilidad que deja al otro decidir, actuar. Ahora, depende del contenido de la seducción a qué nos puede llevar, es aquí donde surge la necesidad de una reflexión ética; y también un desafío a poder entrar en ese lenguaje de la seducción.

Se ha hecho referencia a Jesús. El lenguaje parabólico es un lenguaje que cuenta y que envuelve, pero deja la decisión a la persona. Creo que ahí tenemos un desafío en conjunto.

Al pensar la televisión desde esa experiencia, me surge muy fuertemente lo del trabajo en equipo, en cuanto a lo ético. El mundo de la modernidad y la post-modernidad, es todo parcialidad, y creo que la pista que tenemos que tomar es la del trabajo interdisciplinario, capaz de superar prejuicios y auto-referencias. Porque no sólo la televisión es auto-referente, también lo es el mundo del arte, incluso la Iglesia puede llegar a eso. Creo que como Iglesia tenemos el desafío de seguir la pista de Jesús que es la de la seducción, que no impone y que es capaz de interrelacionarse e involucrarse. Puede ser una respuesta a la angustia de la modernidad en cuanto a parcialidades que no se tocan o que no se interrelacionan. Entonces, humanizar la televisión va mucho por ese lado, de abandonar los prejuicios. Además de valorar el aporte de gente que trata de vivir desde el corazón de los hombres, creo que el aporte de los sacerdotes va por ahí y tenemos el desafío de ser expertos en humanidad.

Rafael Sánchez

Me ha parecido entender que el problema es cómo humanizar la televisión. Me pregunto si esto supone que la televisión está deshumanizada; siento que es así y lo más triste es que quienes trabajan en televisión no tienen conciencia de esa realidad. No se han formado conciencia clara, la verdad es que ellos apenas tocan este tema.

Yo soy profesor de estética en los canales de televisión, especialmente en el 13, lo que al principio no dice nada pero es una cantidad de cosas técnicas referidas a la consecución de los valores estéticos dentro del canal; me toca un grupo de más de 250 distintos técnicos, desde dirección a camarógrafos, a los cuales les enseño parte técnica pero naturalmente trato de imbuirlos en la parte estética.

Quiero señalar un hecho que no creo que cupiera aquí: apenas se han tocado valores estéticos en esta reunión sobre imágenes y valores. Me lo explico, porque no es fácil conversar

de eso y a lo mejor parece ocioso hacerlo frente a los tremendos problema éticos, humanos y sociales que presenta la televisión. Citaré como ejemplo un caso, hay un problema que ha salido a flote, sobre todo citado por los literatos: la palabra; la imagen como si estuviera en contra de la palabra o la palabra en contra de la imagen. Cosa suscitada en muchas escuelas artísticas, en que se ha omitido la palabra.

Pero hay otros valores, ¿se podría decir que no se han tocado los valores estéticos porque son muy raros? ¿o porque son muy subjetivos?, palabra muy usada, olvidando que la subjetividad es la madre de todos los bienes humanos. Me llamó la atención, que viendo el magnífico video que es Cuerpos Pintados, no se hiciera ni la más mínima referencia a la música que se usó. Daba la impresión que los productores sentaron a alguien frente a un órgano electrónico, que tocó sin ver la imagen. Pasó por encima de los valores rítmicos de la imagen, la música no hizo ninguna alusión a la rítmica de la imagen. Uno de los puntos que toco en los canales de televisión, a ver si me entienden los camarógrafos, los iluminadores, los guionistas, etc., es el asunto del ritmo. El ritmo tiene un valor tremendo.

Pero vuelvo a la palabra, en la cual el ritmo juega un papel fundamental. Se pone la palabra como alternativa frente a la imagen, se dice que la televisión tiende a la imagen porque la palabra podría estorbarla. No es una alternativa, psicológicamente la palabra es una aliada posible de la imagen. Todo el drama nace de los griegos, al unir la mirada de una escenografía tremendamente cuidada, de la gestualidad de los personajes, con respecto a lo que se está diciendo que es el texto. Muchas veces lo único que conocemos y estudiamos es el texto, olvidándonos de lo que pasaba en el escenario.

#### Eduardo Barzelatto

Agradezco la invitación; he aprendido y me siento orgulloso de ser chileno. Mi trabajo me lleva por toda América Latina y lo he hecho durante más de veinte años, por lo que creo conocer bastante bien todos los países en lo que dice relación a la televisión.

Veó con angustia el futuro de la televisión. Lo veo con angustia porque siento que tiene un impacto tremendo en nuestra gente, en la formación de nuestra familia, en los valores, etc. Es indudable que en los próximos años la televisión se va a internacionalizar a través de una multiplicidad enorme de canales, y esto va a provocar una segmentación de las audiencias que verán específicamente lo que ellos quieren.

Siento que junto a esto, Chile entró en un proceso de privatización de la televisión, de la cual fui muy partidario y me arrepiento, lo digo públicamente. Fui partidario de la privatización, porque creía que quienes manejaban el monopolio de la televisión en Chile se habían adueñado de ella, constituyendo grupos que no permitían que mayor talento se incorporara a la televisión. Pensé que al haber mayores canales de salida, iba a producirse un mayor ingreso del talento nacional, y no siento el resultado así de positivo, sino que siento que este mayor provecho económico que está teniendo el país ha provocado una baja en la calidad de la programación. Creo que si bien los canales han tenido un 20% de aumento en su presupuesto el año pasado, este presupuesto hay que repartirlo entre más canales de televisión.

Se adquiere más programación de mala calidad internacional, y no se invierte en lo único que nos puede salvar, y salvar nuestra nacionalidad, que es en producción nacional. Afortunadamente, los rating que mandan tanto, nos inclinan hacia la programación nacional.

Es difícil hablar de que la televisión debe ser estatal, en una época en que todo tiene que ser privatizado; en una época en que tantos valores y tantas filosofías han desaparecido y nos ha llevado a un extremo que me horroriza, donde todo es mercado en materia de televisión. Creo que lo que humildemente puedo aportar, es tratar de internacionalizar la programación chilena. En este país hay talento, buena gente con buenas intenciones, y se puede hacer mucho. En cierta medida TVN lo está haciendo. Estamos exportando una señal de televisión chilena, sólo con programación nacional, y les puedo contar que tenemos alrededor de un millón de suscriptores en la República Argentina, que ven los programas chilenos. ¿Qué ven?, un noticiario, porque el noticiario chileno en lo que dice relación a lo internacional tiene una mejor calidad que los argentinos.

Creo que lo que hace Rafael Sánchez en la Universidad Católica, no existe en ningún otro canal en América Latina. Es sólo de Chile, y lo hace el canal de una universidad, no una empresa privada.

Me causa una pena profunda ver cómo desaparece el canal de la Universidad de Chile a manos de los venezolanos. Veinte años atrás hacíamos 100 videotapes con Miguel Littin y Helvio Soto - obras de Blest Gana, literatura chilena-, todo eso ya no existe. Entonces, si bien progresamos con color, etc., no siento que el mayor ingreso económico vaya a producir mejor calidad y en esto hay que hacer un esfuerzo enorme, porque es la única manera que nos podamos proyectar hacia afuera a través de la producción; a través de la presencia de gente como Sergio Vodanovic, que le da calidad a nuestra televisión, distinto a las telenovelas

exportadas. Dejo en borrador esta inquietud, que para mi es muy grande.

### Diego Portales

Al escuchar las intervenciones, recuerdo una experiencia de hace un par de meses atrás, en que tuve la oportunidad de compartir con algunos intelectuales chilenos una conversación con un famoso autor norteamericano, muy de moda: Francis Fukuyama.

En esa oportunidad le pregunté si la economía de mercado resolvía tres problemas que a mí me preocupaban, desde su punto de vista, porque la tesis del fin de la historia supone que la economía de mercado triunfaba. Pregunté si él pensaba que la economía de mercado podía resolver el problema de la pobreza, el problema ecológico y el problema de la cultura del desencanto, que arrecia sobre todo en los Estados Unidos.

Me contestó que respecto de la pobreza y de la ecología, él pensaba que sí. Que dentro de la economía de mercado, si bien los desempeños llevados a cabo en Estados Unidos no eran los más perfectos. Pero que la economía de mercado no tenía solución para el problema del desencanto, y remitía las soluciones a las identidades más ancestrales del ser humano: la religión, la cultura, las entidades.

Quise hacer esta introducción antes de hacer mis sugerencias, porque siento que también la cultura del desencanto llega hasta nuestras reuniones, y creo que tenemos religión, cultura y entidad, como para enfrentar esto.

Ahora, en lo que dice relación a la televisión y a título estrictamente personal, creo que hay una gran responsabilidad de la sociedad respecto de la televisión, ya se ha dicho. Por tanto quiero proponer un par de cosas: se ha hablado mucho de educación para la televisión, y la Compañía de Jesús es educadora. Podría trabajarse en esa línea, generar modelos que después podrían proponerse a otras instancias como el Ministerio de Educación, otras congregaciones religiosas, a colegios laicos, etc. Pero falta una metodología, falta proponer formas de trabajo que puedan ser universalizables.

En este mismo ámbito, creo que hay opinión pública pero muy desarticulada respecto a la televisión. Recuerdo una experiencia realizada con la Revista Mensaje en el año 86-87, en la que se denunciaba cómo la televisión manipulaba la información. Creo que crear opinión pública sobre la televisión es importante. Es cierto que aquello que denunciábamos en esa época está en lo fundamental, superado, hoy día existe una dignidad

profesional en la televisión que no se daba en la prensa de esos años; pero sin duda que se siguen cometiendo errores, por tanto una opinión pública activa frente a la televisión es una ayuda y una orientación.

En TVN nos quejamos ahora, de que cierta prensa es simpatizante de algunos canales y aunque no enemigos, tampoco son amigos, gente que en detalles va generando una cierta insidia y una cierta desvalorización de lo que hacemos, privilegiando a otros canales. Puede ser un exceso de susceptibilidad nuestra, pero es lo que sentimos. Puede que haya intereses jugando en dar ese tipo de interpretación, así es que insisto en que una opinión pública fuerte frente a la televisión puede contribuir a mejorarla.

El Estado también tiene una importante labor sobre la televisión. Creo, a título personal, que hay un gran escándalo que el gobierno no pudo resolver en la modificación de la ley de televisión, aprobada en el año 89. En Chile tenemos concesiones indefinidas del espacio radio-eléctrico, eso no existe en ninguna otra parte; las empresas de televisión reivindicaron un derecho de propiedad, en la práctica, porque una concesión indefinida que solamente puede ser caducada mediante una sanción del Consejo Nacional de Televisión que va a la Corte Suprema, es derecho de propiedad. Dada la escasez de las frecuencias, creo que el Estado y la sociedad, debieran luchar por modificar esto, en cuanto haya mayoría suficiente en ambas cámaras del Congreso. Lo que provocará un escándalo, porque se va a agitar el derecho de propiedad, pero la verdad de las cosas es que la concesión se llama así porque no es propiedad, lo que permite que la sociedad y el Estado evalúen cómo los concesionarios del servicio de la televisión están haciendo uso de la concesión, y si lo estima procedente, cambiar al concesionario.

Segundo, algo se ha hablado respecto del rol subsidiario del Estado, respecto del apoyo económico para la producción nacional de programas. Pienso que aquí también falta opinión pública, que los productores, los directores de cine, los realizadores, los escritores, vayan materializando la idea de que tiene que existir mayor producción de programas y que en definitiva los ministros de Hacienda le otorguen mayor presupuesto al Consejo Nacional de Televisión, y que éste llame a los concursos públicos para que los realizadores -no sólo de los canales de televisión- sino que independientes como está en la ley, puedan hacer efectivos esos beneficios. Esta es una tarea larga, que permitirá contrarrestar estas tendencias espontáneas del mercado que nos llevan a magnificar la presencia de programación extranjera.

En cuanto a los canales, creo que se están haciendo cosas. No soy un escéptico ni un desencantado, al contrario, estoy

feliz de trabajar en televisión y particularmente en llevarla a las regiones, aspecto que suele olvidarse y constituyen el 60% del territorio. Además, hay un proceso de regionalización en marcha que creo que esta vez va en serio, y las regiones van a empezar a terminar de quejarse y van a empezar a exigir; además tendrán sus propios recursos para desarrollar cosas, lo que es una oportunidad de buenos negocios, un espacio que estamos abriendo.

Hay que tomar el aspecto positivo de lo que significa hacer negocios, porque así como tenemos que hacer nuevos programas, crear nuevos espacios y capacidad innovadora, también requerimos capacidad para hacer nuevos negocios. Lo digo en el sentido norteamericano de la palabra. Cuando abrimos la señal para que todo el cono sur de América nos reciba, estamos haciendo nuevos negocios pero también estamos llevando el mensaje de Chile a esos países y esa gente que quiere vernos. Así como eso, tenemos que buscar oportunidades de hacer nuevos negocios, en la medida que lo hagamos de manera honesta, que propongamos productos valiosos y que la gente así lo aprecie; de esa manera la gente que tiene el dinero, que son los anunciantes, vayan financiando nuestros canales.

#### Fernando Montes

En gran medida me hablaré a mí mismo, como sacerdote, mirando la misión hacia adelante. Me gustaría, después de haber escuchado lo que se ha dicho, jugarme seriamente por repensar muy de adentro nuestro rol como Iglesia en la capacidad de un re-encantamiento. Creo que la Iglesia aparece como muy pesada hoy día, como censora. Los valores, para la gente joven, son sinónimo de algo anticuado. Hablar de ética es absolutamente aburrido e impositivo. Entonces, hay un reto extremadamente importante de releer esa realidad para poder dialogar con gente de la imagen y trabajar juntos.

Para poder hacer un aporte, es muy importante que seamos capaces de repensar y reformular nuestro mensaje ético como una gran esperanza; como una gran proposición humanizante. Creo que los medios de comunicación tienen cosas muy buenas, y son a veces deshumanizantes aun para la gente que trabaja en ellos.

En ese sentido siento importante hacer un trabajo fino de destrucción de prejuicios. Me ha ayudado mucho esta reunión para eso. Ver como uno tiene encasillada a la gente y uno mismo se encasilla. Por tanto, es un trabajo ético fino, la reformulación de nuestro proyecto, en una línea de valores -no como algo abstracto-, sino encarnado en la vida humana, en las esperanzas de los seres humanos, en las dificultades y en el sufrimiento humano. Es un reto. No podemos seguir siendo una

especie de espectador externo de la sociedad, donde vamos diciendo lo que se puede hacer y lo que no se puede hacer, como una especie de Catón el Censor, porque eso ya no funciona y más bien relega lo ético a algo despreciable en lugar de ser algo animador.

Aquí es importante el re-encantamiento nuestro y de nuestro trabajo, y colaboración.

Así como el cardenal Fresno prestó su nombre y una cierta autoridad para hacer posible el Acuerdo Nacional, origen de una serie de procesos políticos y en parte de la libertad que hoy día estamos tratando de conquistar y de mantener. Creo que no puede ser el mercado la única instancia irracional que maneja todo, ¿cómo no va a ser posible poner de acuerdo a los ejecutivos en que haya ciertas zonas de colaboración? si lo logran las empresas puramente comerciales, para generar monopolios. Encuentro aberrante que todas las programaciones se planteen en el fondo, para ver cómo poner a la misma hora que el otro tiene una cosa valiosa, algo equivalente. Hay quienes creemos que objetivamente eso es posible, y como Iglesia y Compañía de Jesús, sería interesante trabajar para crear algunas zonas donde el mercado y el lucro no sean la última palabra.