

# Chasqui

Revista Latinoamericana  
de Comunicación

No. 59 - SEPTIEMBRE 1997

**Director (E)**

Jorge Mantilla Jarrín

**Editor**

Fernando Checa Montúfar

**Consejo Editorial**

Jorge Mantilla Jarrín

Fernando Checa Montúfar

Lucía Lemos

Nelson Dávila Villagómez

**Consejo de Administración de  
CIESPAL**

Presidente, Víctor Hugo Olalla,  
Universidad Central del Ecuador.

Mario Jaramillo,

Ministro de Educación y Cultura

Abelardo Posso,

Min. Relaciones Exteriores.

Héctor Espín, UNP.

Consuelo Feraud, UNESCO.

Carlos María Ocampos, OEA

Tulio Muñoz, AER.

León Roldós, Universidad Estatal de  
Guayaquil.

Edgar Jaramillo S., FENAPE.

**Asistente de Edición**

Martha Rodríguez

**Corrección de Estilo**

Manuel Mesa

Magdalena Zambrano

**Portada y contraportada**

Oswaldo Viteri

**Impreso**

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL.

Apartado 17-01-584. Quito, Ecuador

Telf. 506 149 544-624.

Fax (593-2) 502-487

E-mail: chasqui@ciespal.org.ec

Registro M.I.T., S.P.I.027

Los artículos firmados no expresan  
necesariamente la opinión de CIESPAL o de la  
redacción de Chasqui. Se permite su  
reproducción, siempre y cuando se cite la fuente  
y se envíen dos ejemplares a Chasqui

## NOTA A LOS LECTORES

**E**n el siglo XXI se profundizarán los procesos de globalización, desregulación, privatización, reducción del Estado y liberación del mercado que ya estamos viviendo. Estos cambios estarán marcados por la revolución tecnológica que, desde la información, abarcará los diversos campos y configurará (lo está haciendo) un nuevo contexto tecnocultural en el cual los *media* habrán de remozarse, pues de una era massmediática (donde los medios tradicionales constituyen el eje fundamental), se está pasando a una era más personalizada, más individualizada, en términos de la información, (donde los medios tradicionales tienen una hegemonía relativa en favor del nuevo gran medio digitalizado). Será (es) un nuevo contexto que plantea enormes desafíos, especialmente para un medio como la radio que, aparentemente, no ha tenido notables modificaciones tecnológicas. Este proceso de globalización es inevitable, la radio y los comunicadores democráticos que se abstraen o quieren abstraerse de él cometen una gran equivocación y logran, con ello, refundirse en el furgón de cola del tren de la historia. Por esto, con **La radio en el siglo 21** mantenemos y actualizamos un espacio de reflexión, discusión e intercambio que procura proporcionar elementos de juicio para luchar porque ese proceso sea más democrático, más plural, más humano; pero, también, más local sin perder de vista lo global. Serán y son desafíos de todo orden que, debidamente enfrentados, evitarán a los pobres -según nos lo recuerda Hernán Gutiérrez- "ser como las solteras que van a misa a mirar cómo se casan las otras". A los textos de reconocidos expertos en las diversas materias que tratan, se suman las ideas de cómo la radio democrática debe asumir el próximo siglo y sus cambios dramáticos, expresadas por representantes de los organismos internacionales vinculados a ella: Púlsar, ALER, AMARC y Unda-AL.

Para José Rojas, actualmente la audiovisualidad se secciona en dos grandes bloques, el de la presencia viva: teatro, recitales y demás artes escénicas; y el de la presencia electrónica ("o mejor ausencia", enfatiza): fundamentalmente TV, cine, video. No obstante que vivimos en un mundo audiovisual rico y multifacético, recreado y expresado de distintas maneras, el ser humano contemporáneo está configurando su audiovisualidad a base de la "presencia electrónica" en detrimento de la "presencia viva". Este hecho es prioritario enfrentarlo al menos a 3 niveles, según lo propone Susana Velleggia: políticas públicas de radiodifusión, educación sobre el medio y educación a través del medio. En el primer caso es necesario articular esas políticas con las educativas y las culturales, y descentralizar los sistemas de comunicación para fortalecer los espacios locales. En el segundo, es imprescindible ingresar la TV a la escuela para que sea resignificada desde allí y formar perceptores críticos, capaces de "discernir -define Gregorio Iriarte- el valor y contravalor de una situación para orientar la conducta"; al respecto hay muchas experiencias en América Latina, la mayoría carente de apoyo estatal (resultado de la ausencia de políticas de comunicación). En el tercer caso, pese a los esfuerzos que hace la TV latinoamericana (un ejemplo es la TVN de Chile, véase el artículo correspondiente) estos son ínfimos en relación a los de los grandes conglomerados multimedia que se están apropiando de este "nicho del mercado" pues ven en la televisión educativa un campo muy lucrativo. Con **Audiovisualidad, educación y cultura** continuamos el enfoque renovado y actualizado que, sobre el vasto tema de educación y comunicación, iniciamos en la *Chasqui* 58.

  
Fernando Checa Montúfar  
Editor

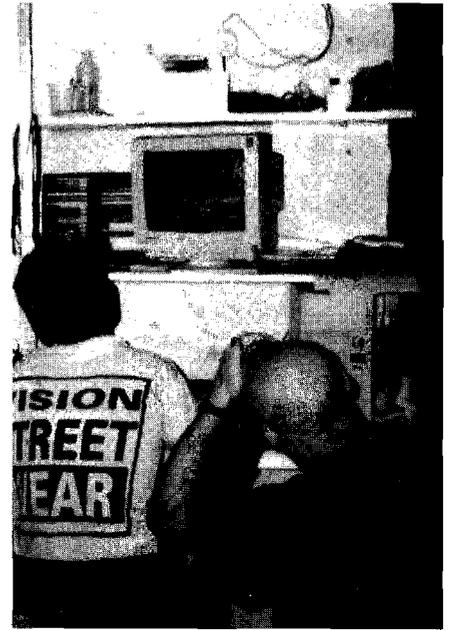


## LA RADIO EN EL SIGLO XXI

**E**l creciente proceso de globalización plantea enormes desafíos a la radio democrática, si se los asume adecuadamente podremos contribuir a que ese proceso sea más democrático, más plural, más humano.

- 4 El futuro imperfecto de la radio  
*Rafael Roncagliolo*
- 8 La radio: reto democrático del siglo XXI  
*Ricardo Rocha*
- 12 La radio y las nuevas tecnologías: avances y riesgos  
*Fermín Bocos*
- 16 Digitalización de la radio  
*Dieter Beheng*
- 20 La DAB y la radio comunitaria  
*Ada Hulshoff*
- 24 ¿La radio digital será la norma mundial?  
*Steve Buckley, Lawrence Hallett*

- 26 Pluralismo, radio e Internet  
*Bruce Girard*
- 29 La radio popular: entre lo local y lo global  
*Hernán Gutiérrez*
- 33 Siglo XXI: los desafíos de la radio comunitaria  
*Raúl Rodríguez*
- 36 Comuni3n para la democracia  
*Carlos Eduardo Cortés*
- 39 Estética y educaci3n para la audiovisualidad  
*José Rojas Bez*



## AUDIOVISUALIDAD, EDUCACION Y CULTURA

**P**ese a que vivimos en un mundo audiovisual rico y multifacético, el ser humano contemporáneo está conformando su audiovisualidad solo a base de la "presencia electrónica", especialmente de la TV. Es mucho lo que se tiene que hacer en términos de educaci3n para enfrentar este hecho.

- 43 ¿Qué pretende la educaci3n de la TV?  
*Susana Velleggia*
- 47 La televisi3n dentro del sal3n de clases  
*Sergio Inestrosa*
- 52 TV y educaci3n: ¿enfrentamiento o integraci3n...?  
*Gregorio Iriarte o.m.i.*
- 55 Deletreando el cine  
*Carmen Coronado*
- 57 La cultura en Televisi3n Nacional de Chile  
*Valerio Fuenzalida F.*



## APUNTES



- 62 Los medios en el medio  
*José Ignacio López Vigil*
- 66 Derecho a la información:  
agenda para el debate  
*José Marques de Melo*
- 70 América Latina: investigación  
de la comunicación y libre  
comercio  
*Javier Esteinou Madrid*
- 74 El comic es algo serio  
*Ricardo Horvath*

## ENTREVISTA

- 75 Miquel de Moragas i Spá:  
"Debemos transformar el  
conocimiento en bienestar  
social"  
*Ricardo Haya*

## NUEVAS TECNOLOGIAS

- 79 Conocimiento global para el  
desarrollo  
*Sally Burch*

- 82 Una guerra digital a la  
española  
*Tito Drago*

## IDIOMA Y ESTILO

- 85 La gramática después de  
Zacatecas  
*Rodrigo Villacís Molina*
- 88 ACTIVIDADES DE CIESPAL
- 89 NOTICIAS
- 91 RESEÑAS



## PORTADA Y CONTRAPORTADA

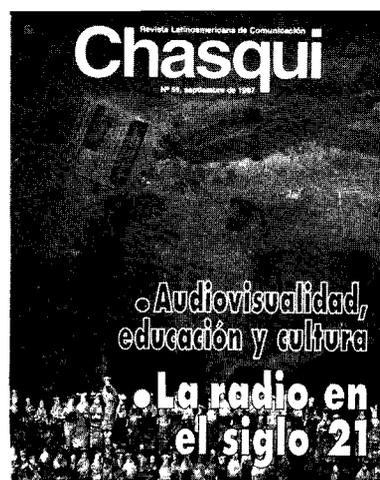
OSWALDO VITERI

"No es nada no temas, es solamente  
América". Ensamblaje 160 x 130.

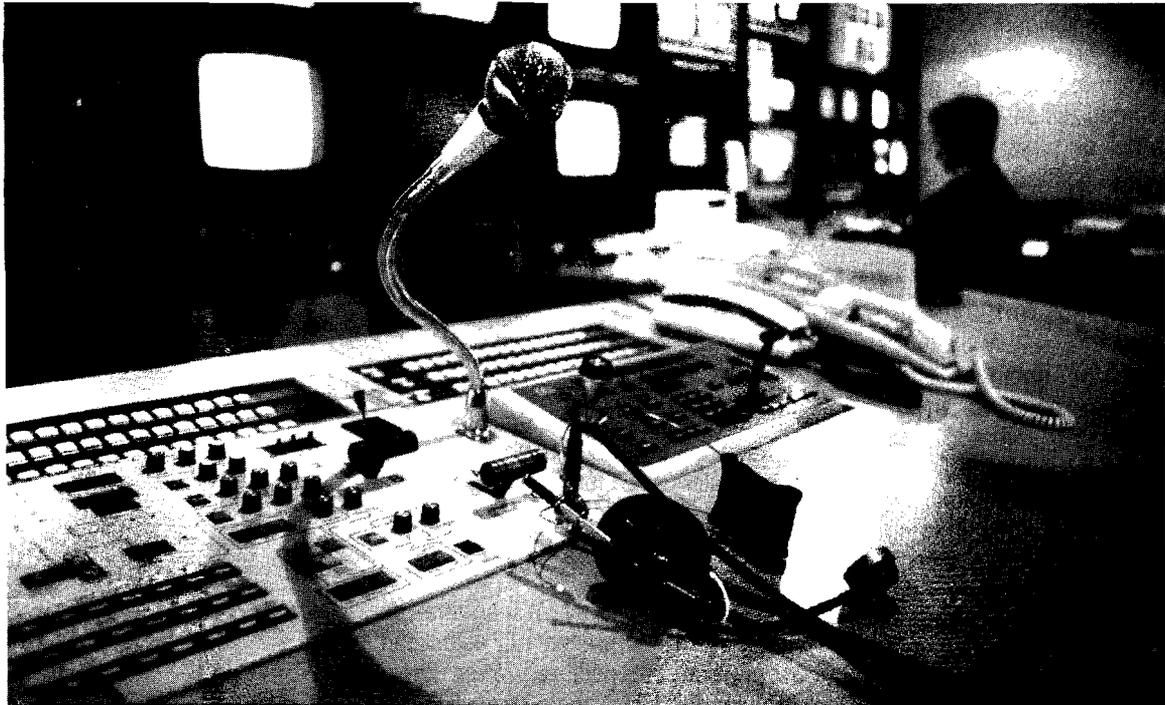
"Y surgirán de la sombra y de la tierra"  
Ensamblaje 160 x 130.

Centro de Arte Viteri 561 548

El autor de la pintura que publicamos en la  
portada de *Chasqui* 58 es Eduardo  
Kingman, y no Nicolás Kingman. Pedimos  
disculpas por este involuntario error.



# LA CULTURA EN TELEVISION NACIONAL DE CHILE



Oscar Bonilla, Uruguay

Televisión Nacional de Chile (TVN) *ha evolucionado hacia una comprensión más complejizada del concepto de cultura. No es solo la información noticiosa para la participación en la vida pública, ni únicamente la cultura entendida en su acepción más tradicional. Incluye también la asunción de la cultura cotidiana para mejorar y enriquecer la calidad de vida en el hogar. También la cultura de la innovación y del protagonismo para enfrentar el desarrollo socioeconómico. Y, finalmente, el asumir su propio desarrollo como industria cultural, pues sin empresa televisiva no hay cultura televisiva de ningún tipo.*

**L**a ratificación por el Senado chileno -en julio de 1996- de los candidatos propuestos por el Presidente de la República a los cargos de consejeros en el Consejo Nacional de TV y a miembros del Directorio de TVN, volvió a impulsar la polémica acerca de la presencia de la cultura en la TV abierta chilena. Sin embargo, el

debate ha restringido el concepto de cultura a programas relacionados con el arte o las ciencias.

## Contexto jurídico y económico

Los profundos cambios en el sistema televisivo chileno, a partir de 1989, con el gobierno militar chileno, llevaron posteriormente a sustantivas modificaciones en TVN. En efecto, se permitió la intro-

ducción de estaciones privadas de TV, nacionales e internacionales, y el mismo gobierno militar vendió la señal nacional 9 (de propiedad de TVM) a un importante empresario chileno. Posteriormente,

**VALERIO FUENZALIDA FERNANDEZ**, chileno. Productor e investigador de TV, jefe del Área de Estudios Cualitativos en la Dirección de Programación de TVN, consultor de organismos internacionales. Las opiniones expresadas en este artículo comprometen solo al autor.

llegaron al país *TELEvisa*, *Venevisión*, y *Canwest*, empresa canadiense de cable. La fuerte expansión del cable es otro elemento que ha cambiado el paisaje televisivo. El nuevo escenario altamente competitivo en TV introdujo mediciones más precisas de audiencia con tecnologías electrónicas *on line* como el *People Meter*.

Por otra parte, *TVN* en 1990, en el advenimiento de la democracia, atravesó una profunda crisis económico-administrativa y baja credibilidad, como herencia del manejo propagandístico de la información bajo los años del gobierno militar. La reorganización de la empresa, emprendida por el gobierno democráticamente elegido, culminó con una nueva ley para *TVN*, presentada al Parlamento por el propio presidente Patricio Aylwin y aprobada de modo unánime.

La nueva ley No. 19.132, de marzo de 1992, constituye a *TVN* en una empresa estatal con un nivel inédito de autonomía del gobierno, dirigida por un Directorio pluralista designado consensualmente entre el poder Ejecutivo y el Senado. El presidente del Directorio es designado por el Presidente de la República, quien posteriormente no tiene facultad legal para removerlo. Los demás miembros del Directorio, una vez designados, son también inamovibles políticamente; es decir, están protegidos de las presiones por mayorías políticas ocasionales. Con la introducción de televisoras privadas en Chile, la nueva ley obliga a *TVN* a competir por audiencia y por publicidad en igualdad de condiciones con las otras empresas televisivas y, explícitamente, se le prohíbe recibir aportes del Estado (arts. 24-28). *TVN* no tiene fines de lucro, pero tiene necesidad de una eficiente administración profesional para autofinanciar su operación y su futuro desarrollo como empresa.

Según la provocativa e iconoclasta filosofía que inspira el nuevo estatuto de *TVN*, la competitividad en calidad profesional y la autonomía financiera de la empresa constituyen el fundamento material para su independencia política del gobierno y de otras instituciones, y posibilitan el pluralismo ideológico-cultural y una información útil a los intereses nacionales; asimismo, son la condición para la modernización hacia una administración profesional y tecnificada.

A partir de 1990, la nueva administración de *TVN* la ha saneado económicamente y la ha transformado en una empresa autorresponsable de su financiamiento y de su desarrollo industrial. Igualmente, los indicadores de *rating* muestran que *TVN* se ha transformado en una red de alta competitividad; los estudios cualitativos, así como las opiniones especializadas, señalan que *TVN* goza actualmente de credibilidad en sus servicios informativos, y de prestigio de calidad para diversas producciones propias.

#### **La renovación cultural en TVN**

En los años recientes, la nueva administración de *TVN* ha ido creando diferentes programas para expresar televisivamente algunos "aspectos clásicos de la creación cultural".

*Ojo con el Arte* fue un microprograma dirigido por el conocido pintor Nemesio Antúnez, el cual en el lapso de un minuto analizaba televisivamente una obra maestra de la pintura nacional e internacional. Un microprograma de este tipo requiere una alta calidad de imagen televisiva, junto a un notable poder de síntesis y pedagogía acerca de la obra presentada.

*Bellavista 0990* es un magazine de Alta Cultura que presenta la actualidad en plástica, arquitectura y otras artes. También fue inicialmente conducido por Nemesio Antúnez y, luego, por el multifacético artista Claudio di Girólamo.

*El Show de los Libros* es un premiado programa en torno a la cultura literaria, creado y conducido por el escritor Antonio Skármeta.

*Revólver* es un reciente magazine con actualidad de entretenimiento y cultura, especialmente para jóvenes, y en un rupturista estilo.

*El Mirador* es un magazine periodístico que explora temáticas actuales, poco presentes en los medios de comunicación, y procura entregar puntos de vista inéditos.

*El Hombre al Desnudo* ha sido otro magazine médico-científico, dirigido por el médico y cineasta Alberto Daiber.

*La Tierra en que Vivimos* es un exitoso y prestigiado documental con temas medioambientales.

*Enlaces* es un magazine de actualidad en ciencia y tecnología; este año co-

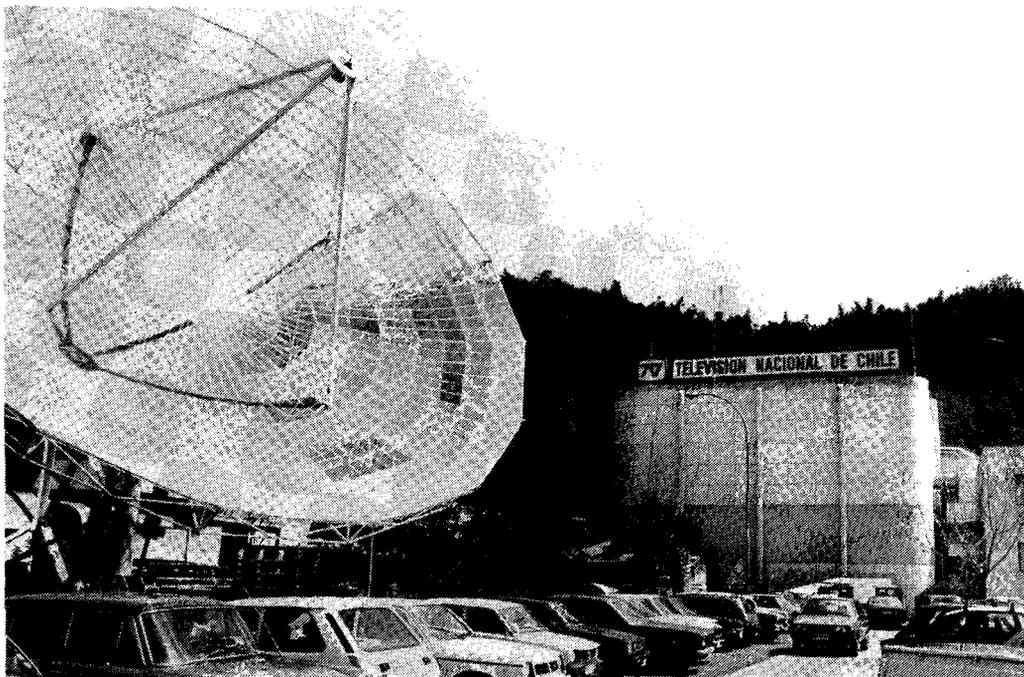
mienza con otro programa destinado especialmente a estimular la creatividad innovadora en niños y jóvenes.

Finalmente, en esta sección deben ser mencionados los exitosos ciclos anuales de "Cine Chileno en *TVN*", para la exhibición de películas clásicas chilenas y fomentar la alicaída industria cinematográfica nacional. *Mi último hombre*, la reciente película de Tatiana Gaviola, no tuvo más de 20.000 espectadores en sus cuatro semanas en las salas de cine; su primera exhibición en *TVN* alcanzó alrededor de 500.000 televidentes solo en Santiago. *TVN* negocia coproducciones con los realizadores nacionales, con lo cual obtiene el derecho de exhibición de películas. Junto a estos ci-

**T**VN se asume como una agencia cultural que

revaloriza la vida cotidiana de los televidentes y también a ellos como protagonistas de esa vida. Y de esta manera, con el lenguaje lúdico y en diversos géneros, *TVN* está acogiendo una nueva sensibilidad cultural, según la cual la vida privada cotidiana es un espacio valorado como una dimensión significativa en la vida humana.





*De baja credibilidad, como herencia del manejo propagandístico del gobierno militar, TVN ha pasado a ser una red de alta competitividad.*

clus hay que mencionar el programa *Cine-Video*, que da cuenta de realizaciones audiovisuales de Chile y el mundo.

### **Cultura cotidiana y calidad de vida**

TVN asume un nuevo contexto socio-cultural en el cual se reaprecia la vida cotidiana y adquieren densidad antropológica asuntos que en el *ethos* cultural iluminista se consideraban preocupaciones secundarias: el hogar, la familia, las relaciones afectivas, el agrado, el placer, las rupturas afectivas, la enfermedad y el dolor individual, la lucha por mejorar la calidad de vida en su dimensión de consumo de bienes materiales junto con bienes afectivos y estéticos.

Y aquí han hecho un importante aporte los estudios de recepción televisiva, explorando el punto de vista de la propia audiencia. Pues, según se puede concluir de ellos, la audiencia tiene la expectativa que TVN le sirva educativamente para enfrentar sus carencias y mejorar sus condiciones de vida. Los estudios han permitido constatar una "resignificación educativa" que los receptores efectúan acerca de algunos programas de TV, mediante la cual algunos géneros son redefinidos por el televidente más bien como "entretenido-educativos"; es decir, el televidente construye una síntesis de en-

tretención-educación, elementos que habitualmente el emisor disocia como diversos y los presenta en programas diferentes.

Sin embargo, se desprende una diferente conceptualización de lo que es la contribución educativo-cultural de TVN. Ella no está relacionada con la educación formal ni con formas escolarizadas de enseñanza, ni con debates conceptuales o académicos, ni con alta cultura; no porque la audiencia desavalore estos bienes culturales, sino porque son más adecuadamente proporcionados por otras agencias culturales.

Según los estudios de audiencia, desde un punto de vista temático, la expectativa educativa se relaciona en algunos casos con la mejoría de la calidad de vida en el hogar, superación de la pobreza y otras carencias sociales, y en otros casos con modelos reales o ficcionales que permiten explorar la identidad. Y desde un punto de vista formal, la expectativa educativa se relaciona con diversos géneros habituales, como magazines y ficción. Son géneros de entretención, de cuyo interior se desea extraer elementos útiles para enfrentar las necesidades de la vida cotidiana.

El proceso de resignificación educativa aparece muy complejo: implica la presentación, por parte del emisor, de

modelos concretos que más que impositivamente actúan atrayendo el interés exploratorio del televidente; este se involucra activa y afectivamente, interactúa con el texto televisivo evaluándolo y resignificándolo desde su hábitat social socio-cultural. Aparece, entonces, una forma de conocimiento menos analítico-conceptual y más afectivo-experiencial; es decir, más a través de géneros lúdicos que exhiben situaciones concretas de vida y modelos ficcionales o reales con los cuales se entablan relaciones afectivas positivas y negativas, de interés, curiosidad, empatía, agrado, o desinterés, malestar, rechazo, etc.

En esta línea, *Buenos Días a Todos* es un magazine diario de TVN, desde las 8h00 hasta las 11h30 de la mañana; es el programa más largo de la TV chilena con casi 18 horas semanales de emisión. El magazine es una sucesión de breves y rápidos segmentos: ojeada a diarios y revistas, informe del tiempo, entrevistas sobre temas públicos que afectan a la vida cotidiana de la familia. Luego van apareciendo médicos, enfermeras, nutricionistas que abordan temas de la salud familiar; sicólogos, educadores y consejeros familiares se refieren a la evolución afectiva del niño o del adolescente, o a sus dificultades escolares, drogas, a las relaciones de pa-

reja, a la sexualidad humana, un tema tan tabú para la conversación familiar cotidiana. La interacción telefónica personaliza las situaciones y permite ampliar la comprensión de los problemas. Luego se transita al dinamismo juvenil y alegre de la gimnasia, a los colores de la moda en el vestuario, a las recetas de cocina, el *clip* visual con una canción de actualidad, los concursos con cartas y llamados telefónicos, las visitas a terreno a través del móvil que recorre Santiago y las regiones; etc. Las formas televisivas son señales sensoriales que el programa, en primer lugar, quiere comunicar compañía y energía a los televidentes ante los quehaceres y dificultades en la vida de hogar, y cómo enfrentarlos.

Después de este matinal, TVN presenta diariamente el programa *Cuéntame*, en el género de conversación, donde se habla acerca de todos los problemas imaginables en la vida cotidiana familiar. La conversación es a tres bandas: testimonios personales, expertos, y agencias de apoyo. La relevancia de las



*Para TVN, la experiencia de la gente corriente es relevante, con ello busca fomentar una cultura del protagonismo.*

experiencias de la gente corriente, ante los variados problemas cotidianos, muestra que el programa les otorga un valor educativo, interactuando con la información de los expertos, y con el apoyo de centros de ayuda. Aquí, la historia personal no es exhibicionismo -ni morboso ante el fracaso ni narcisista ante el éxito- sino una lección desde la vida cotidiana de los demás.

TVN se asume, entonces, como una agencia cultural que revaloriza la vida cotidiana de los televidentes y también a ellos como protagonistas de esa vida. De esta manera, con el lenguaje lúdico y en diversos géneros, TVN está acogiendo una nueva sensibilidad cultural según la cual la vida privada cotidiana es un espacio valorado como una dimensión significativa en la vida humana.

Así, TVN busca fomentar una cultura del protagonismo. A ello se suma el programa sabatino *Tierra Adentro* que hace comparecer el protagonismo creativo de los sectores innovadores de la agricultura chilena, sector socioeconómico que ha sido importante actor de una exitosa y diversificada agricultura de exportación. Igualmente, la creación de centros regionales de TVN es una política de la empresa que pretende contribuir al protagonismo y al desarrollo local, en un país fuertemente marcado por el centralismo.

### La industria cultural

El aspecto industrial se torna cada vez más dramático con la presencia internacional del cable y el satélite, que exhiben sustantivamente material televisivo producido en el extranjero. Si TVN no se constituye en una empresa dinámica y modernizada, no será posible producir una programación chilena útil a las necesidades y expectativas de la audiencia. En efecto, el cine, la música culta y popular, la literatura, tienen en Chile una existencia precaria, en gran medida por no haberse constituido como vigorosas empresas en cada una de esas ramas artísticas. Muchos académicos, intelectuales y políticos se lamentan por la carencia de una robusta identidad creativa en estos campos; sin embargo, se resisten a considerar seriamente la base industrial de esas artes.

El desarrollo, pues, de TVN como industria televisiva es la condición material de una comunicación cultural, útil a nuestra gente. Con el concepto de desarrollo se supera el enfoque reducido al financiamiento de la empresa; pues desarrollo implica modernización en máquinas y conceptos administrativos, planes de crecimiento e inversión, comercialización internacional, conocimiento de la audiencia, así como aprendizaje de nuevos géneros televisivos.

Según los estudios de audiencia, desde un punto de vista temático, la expectativa educativa se relaciona en algunos casos con la mejoría de la calidad de vida en el hogar, superación de la pobreza y otras carencias sociales, y en otros casos con modelos reales o ficticiales que permiten explorar la identidad.

El desarrollo como industria cultural implica el perfeccionar la producción del género telenovela, producción emprendida hace una quincena de años en TVN, quien junto a Canal 13 son los únicos canales chilenos que producen de manera constante este tipo de género. La competencia generada en la época democrática ha llevado a un importante crecimiento de calidad y en las preferencias de la audiencia. La telenovela de TVN está más cercana a la comedia que al melodrama, y busca una audiencia familiar antes que femenina. El resultado también ha sido la dignificación socio-cultural de un género previamente estigmatizado por ciertos sectores; y, desde un punto de vista económico, la creación de un producto cultural de exportación.

El desarrollo de la industria cultural implica también el aprendizaje y la formación de recursos humanos en géneros ficcionales juveniles como la serie *La Pandilla*. Igualmente en diversos tipos de *Reality Shows*.

Complementariamente, TVN ha creado la empresa filial *TV Chile Internacional*, la cual opera una señal satelital especialmente programada que actualmente cubre desde Canadá a la Antártida. La permanencia futura de una TV nacional pasa, aunque le parezca paradójico a algunas personas, por su expansión internacional.

### Polidimensionalidad cultural

El concepto polidimensional de cultura que maneja TVN, expresado al inicio de este artículo, amplía la temática, lo cual es apreciado por los televidentes en cuanto es constitutivo de sus necesidades existenciales, y así, con diversos programas puede permear la pantalla durante todo el día. La oferta programáti-

ca abarca muchos niveles y constituyen una importante oportunidad de servicio público moderno: la mejoría de la calidad de vida en el hogar, la exploración de la identidad y los nuevos roles sociales, la dramatización ficcional y realista, nuevas miradas sobre la evolución de la vida social, la ecología y la innovación en la vida productiva, los dinamismos económicos y tecnológicos del país, los graves problemas sociales no resueltos en la vida nacional, el protagonismo social para superar las adversidades, la producción chilena audiovisual en cine y video, la creación cultural en las artes y letras, la industria cultural televisiva.

Pero asumir esta polidimensión de la cultura no es fácil, pues involucra no solo una disputa conceptual sino una lucha social por el poder de expresarse televisivamente, lucha que también se complejiza. La vida pública e intelectual intenta erigirse como la única valiosa y quiere desplazar a la vida cotidiana. La expresión más analítico-conceptual de algunos sectores sociales se resiste a la comparecencia televisiva de los géneros más lúdicos. Junto a la tradicional lucha entre actores políticos, los actuales géneros más cotidianos concitan el rechazo de ciertos sectores intelectuales por la comparecencia televisiva de los géneros más lúdicos y por la comparecencia en ellos de la gente común y corriente. Y entre estos, los sectores populares, las mujeres y los jóvenes, intentan ser excluidos por los sectores que se consideran con mayor derecho a representar la cultura y su expresión televisiva.

### Hacia el futuro

La reforma de TVN en democracia aparece exitosa. La autonomía política ha permitido una administración eficiente, autofinanciada, con utilidades, con

planes de crecimiento a mediano y largo plazo. La administración de la empresa ha adquirido mayor flexibilidad y competitividad al haber sido liberada de las normas de régimen y administración económica que rigen a las empresas del Estado. Es una empresa pública con administración según las normas de flexibilidad y eficiencia de la empresa privada. Estos logros son incuestionados y concitan la atención nacional e internacional en cuanto es un nuevo modelo administrativo exitoso de empresa pública de TV.

El futuro de TVN pasa sustantivamente por una doble tarea complementaria: acentuar, por una parte, su modernización empresarial como industria cultural, capaz de ser competitiva y de desarrollarse en el actual contexto internacional; y por otra parte, construir una fuerte identidad como servicio público televisivo actual, esto es, con un menú cultural polidimensional y diferenciado, y apreciado como útil por la audiencia para enriquecer su calidad de vida.

Por último, quedan algunos desafíos pendientes: hace falta crear programas exitosos y periódicos para dar expresión a algunos conjuntos e intérpretes de música popular chilena, los cuales han logrado, sin embargo, repercusión internacional. Tampoco se ha logrado hacer comparecer en la pantalla televisiva la variedad y abundancia del actual movimiento teatral chileno. La creación de programas infantiles innovadores, creativos y entretenidos es también una tarea pendiente. Programas que incentiven aún más el protagonismo social es también un área deficitaria. El aprendizaje que implican estos géneros es una tarea lenta y larga en el tiempo. ●

**ARENA journal**

**PO Box 18 - North Carlton -**

**Australia 30 54**

**Telephone: 61-3-4160232**

**Fax: 61-3-4151303**

