

Resumen y Transcripción del Debate II
INDICADORES DE CALIDAD EN LA TELEVISIÓN
¿Qué expresan y cómo se interpretan los datos de los diversos indicadores?

PrOvOcaciO nes

Encuentro de expertos, comunicadores, creadores audiovisuales y estudiantes para impulsar una TV de Calidad

3 Debates sobre los temas más relevantes de nuestra TV
Exhibición de 35 programas de todos los géneros provenientes de las muestras internacionales INPUT 2003 y FIPA Biarritz 2003

Nuevos formatos / Nuevas Ideas / Nuevas alternativas de televisión

27 y 28 de noviembre 2003
Edificio Diego Portales

Organiza:

observatorio
de medios
FUCATEL

ÍNDICE

- **Panelistas, Moderador y Provocadores** —

- **Resumen Debate II** —
Indicadores de Calidad en la Televisión
*¿Qué expresan y cómo se interpretan
los datos de los diversos indicadores?*

- **Trascripción del Debate II** —

Panelistas:

- **Elías Selmann**, Presidente del grupo de estudios Time Ibope
- **María Dolores Souza**, Jefe de Estudios del CNTV
- **Cristián Leighton**, Productor Independiente
- **Sergio Godoy**, Profesor, del Instituto de Estudios Mediales de la Universidad Católica.

Moderador:

- **Jaime Muñoz**, Presidente Coordinadoras Escuela de Imagen y Sonido

Provocadores:

- **Patricia Castaño**, de Colombia, miembro directiva internacional Public Television Input
- **José Antonio Camacho**, Sociólogo
- **Carlos Ossa**, Profesor del Instituto de Comunicación e Imagen, Univ. Chile
- **Valerio Fuenzalida**, Investigador Instituto de Estudios Mediales UC.

RESUMEN

Tema 2: INDICADORES DE CALIDAD EN LA TELEVISIÓN **¿Qué expresan y cómo se interpretan los datos de los diversos indicadores?**

Panelistas

Sra. María Dolores Souza, Jefe de estudios del Consejo Nacional de Televisión

Falta diversidad en la TV

El criterio más importante para definir calidad es la diversidad.

En Chile no hay diversidad en la programación.

Falta más televisión local.

La democratización en la televisión es necesaria

Hay que democratizar los servicios de televisión abierta, en particular, que son servicios, digamos, públicos. Democratizar y hacer que la sociedad civil tenga, de alguna manera, mayor control sobre las emisiones de los medios de comunicación.

Existe una deuda con la programación infantil.

Existen otras deudas como lo ha planteado nuestra presidenta del Consejo, Patricia Politzer, montones de veces, que es la deuda que hay, por ejemplo, con la programación infantil.

Sr. Sergio Godoy, Instituto de Estudios Mediales de la Universidad Católica

¿Cómo abordar este tema?

Para medir calidad en la televisión hay que diferenciar distintos niveles:

- Sistema
- Canal
- Programa

La calidad de la televisión en cada uno de estos niveles se mide a través de:

- Marco regulatorio
- Criterios económicos
- Profesionales del medio

- Público

Paradigmas de la TV Chilena

- Comercial competitivo: si no se modifica este sistema, siempre el financiamiento va a condicionar el tipo de programación.
- Europeo: este sistema busca liderar los gustos de la audiencia. La estructura de financiamiento de este sistema en la televisión chilena revela una legislación muy deficiente.

La ley de TV está obsoleta

Cuando se redactó la ley se le hizo un listado de objetivos que después fueron ampliados con la llegada de la Concertación, pero que hoy no dicen nada. Por lo tanto, hay que redactar un nuevo repertorio de contenidos a sancionar.

Como al CNTV no le gusta sancionar y no le gusta la ley, se ha ido por el lado de los estudios y han hecho cosas muy interesantes.

Los parlamentarios son ignorantes en materia de TV

La comisión Krauss intentó abordar el tema de la calidad en la TV, pero cuando fuimos al debate que hubo en el Congreso ningún parlamentario dijo "ni pío". Los únicos que hablaron fueron René Cortázar, Jorge Navarrete, Jaime de Aguirre, Rodrigo Jordán y un par de profesores de Literatura que hablaron pestes contra la televisión, obviamente. Y esa fue la discusión parlamentaria.

El Fondo Pro del CNTV es un instrumento para fomentar la calidad

El Fondo Pro, ya está empezando a provocar efectos; a través, por ejemplo, de 31 Minutos. Ya está acercándose al millón de dólares. El costo de una telenovela es como cuatro o cinco millones de dólares.

Si ese fondo llegara a ese monto, posiblemente, ya empezaría a provocar efectos gatilladores en del sistema de competencia que hay. Hay una discusión interesante sobre el financiamiento del fondo que está abierta.

La medición de audiencia no considera a un importante segmento social

El people meter comete una brutal injusticia social, pues excluye al grupo E, aproximadamente un 15% de la población que es tan pobre que no puede comprar los bienes publicitados.

La medición on line no le conviene a los canales

Solo Chile y otro país usan la medición instantánea de los programas y esto solo le conviene a Time, no a los canales, pero si uno lo tiene los otros no podrían no tenerlo.

Si uno conversa con los ejecutivos de televisión; ellos se angustian espantosamente con esto..

La regulación de la TV digital y las concesiones actuales: tema abierto

La propuesta de ley realizada por la SUBTEL y el Consejo Nacional de Televisión es deficiente y abusadora al indicar que los actuales operadores obtendrán una concesión digital gratuita de un ancho de banda equivalente a 5 señales digitales.

Sr. Elías Selmann, Presidente del Grupo de Estudios Time Ibope

Características de la medición en Chile

Es un hecho que en Chile se ha decidido que la televisión debe financiarse a través de los anuncios publicitarios. Entonces, dentro de este sistema comercial americano, es el rating el que permite conocer la demanda y fija el precio de la televisión.

En medición de audiencia, Chile está a nivel mundial con el sistema People Meter y junto con otro país es el único que tiene medición on-line que permite ver en directo lo que está pasando.

Requisitos de un buen estudio de audiencia

Un estudio de audiencia debe ser transparente, imparcial y armónico, es decir, de acuerdo a estándares mundiales, ya que la mayoría de los anunciantes son internacionales.

El estudio, además, debe ser probabilístico y auditable.

La medición determina cambios en la programación

Indicadores de audiencia hicieron concluir, por ejemplo, que la gente se aburría con los comentaristas internacionales en los noticiarios y fueron eliminados en algunos canales.

La llegada a Chile de la televisión-denuncia también se originó en análisis de la audiencia.

El aumento de la calidad en las teleseries, en las áreas informativas y de denuncia también se debe al rating. Hay que confiar que la gente también quiere contenidos.

El porqué de la medición on line y de la exclusión del grupo E

El sistema on-line se creó por una necesidad, al no disponer de suficientes líneas de teléfono en Chile y hoy lo quieren adoptar otros países

El Grupo E debería tomarse en cuenta, pese a que no estaba incluido en las bases de licitación, cuando se postuló

Sr. Cristián Leighton, Productor Independiente

La televisión sí es un medio para la educación y la cultura

Yo disiento de la opinión expresada aquí que la TV no puede resolver los problemas culturales del país. Siento que la educación y la cultura son cosas que se defienden en cualquier parte de la sociedad, y se defienden en la vida. No creo que sea la televisión, un reducto inexpugnable, donde la cultura y la educación, no tengan cabida. Además, lo digo en un contexto de un país, que tiene -creo- un capital educativo y cultural bajo e inferior a otras sociedades. Donde hay mucho que avanzar en esos terrenos. Mucho.

La televisión sí puede cambiar. Es necesario no resignarse.

La TV ha ido bajando el nivel

Televisión Nacional hizo un esfuerzo importante, pero ha habido una baja de nivel bastante homogénea de la oferta en la parrilla. Las teleseries siguen siendo maquetas, pese a que han mejorado en tecnología, en puesta en escena, en valor actoral, etc.

La posibilidad de realización de “31 minutos”, se debió al Fondo del Consejo Nacional de Televisión, que a la confianza que tenía el canal en los realizadores.

Esto no depende solamente de una persona sino que de una situación marco, pero veo a los ejecutivos más resignados frente al tema. Están más disponibles para atacar lo que llaman el elitismo que el populismo. Cuando a un programa cultural le va mal; es una verdadera tragedia por haber botado la plata. Pero cuando a un programa más burdo le va mal; no es tan grave.

Provocadores

Sr. José Antonio Camacho, sociólogo

La entretención no es inocua.

Los canales de televisión utilizan indicadores de importancia y gravedad, que miden el liberalismo, el conservadurismo, el peso de las marcas en la sociedad, etc. Estos indicadores institucionales valorizan más los avisajes e indican grados de influencia social. Entonces, si los indicadores de calidad están, ¿por qué no se aplican?

Pertinencia de una discusión sobre la calidad

El rating no mide calidad; mide solamente audiencia. El rating no es un indicador inocuo, como lo es el de la temperatura, el de los pluviómetros o el de los vientos. Porque es un indicador social, y como indicador social, es interpretable sociológicamente y es discutible, en términos sociales.

Valores presentes en la TV

Hoy en día, en Chile, existen medios para generar indicadores de calidad, como el estudio que está realizando el PNUD.

La TV puede tener una incidencia clara en fenómenos que describe el estudio como es la desconfianza de los chilenos entre sí, en el trabajo y en otras dimensiones de su vida.

Para qué hablar del valor de la no-discusión; porque en todos los programas, lo que se está buscando permanentemente, es el consenso. Éstas son conductas, producto de políticas editoriales, de campañas sistemáticas de los canales; permanentes y

estructuradas. Especialmente aceptadas por la no-discusión, que está particularmente enfatizada y subrayada por los canales.

Un último punto. Un punto que me preocupa a mí, particularmente. Ésta es una sociedad, que tiene medios y que tiene fines. El fin de esta sociedad es claramente el lucro, el que ha tenido un aspecto absolutamente sobre valorado en el caso de la televisión, además de la fama.

Sr. Valerio Fuenzalida, Investigador del Instituto de estudios Mediales de la Universidad Católica

Áreas en que la televisión ha progresado en calidad.

Es necesario reconocer un aumento de la calidad en dos áreas durante los últimos años:

- Teleseries
- Noticiarios

Hay también intereses comerciales detrás de los que critican de economicistas a los canales

Para mejorar la discusión sobre la calidad en la televisión, es necesario que los productores independientes que reclaman a los canales de televisión por utilizar solamente criterios comerciales, reconozcan que en sus demandas también los mueven intereses económicos.

Sr. Carlos Ossa, Profesor del Instituto de comunicaciones e Imagen de la Universidad de Chile

La televisión chilena, fundamentalmente, lo que ha hecho es promover la manera como la política ha negociado la modernización y la transición democrática.

La transición democrática instaló una fórmula de solución al conflicto, mediante promover el acceso y negar la participación, generando de esta manera, un desvío de todo lo que podríamos llamar el "reclamo social" hacia los bienes de consumo, hacia el

mercado; diluyendo el espacio de lo público y haciéndolo estrictamente, un espacio de accesibilidad. Un espacio, entonces, donde era posible administrar tolerancias, permitir reconocimientos, pero marcar fuertemente la imposibilidad de cualquier tipo de negociación que no fuera la que estaba previamente establecida por los órdenes políticos.

La televisión ha cotidianizado la modernización.

La televisión es manipulada por la sociedad y no lo contrario

Es la televisión la que está siendo manipulada por la sociedad porque requiere de este acuerdo; requiere de esta representación; requiere de esta legitimidad. Para poder, justamente, hacer posible ese silencio que compartimos todos. Justamente para que este sistema, este orden no se deteriore.

Lo que la televisión coloca como problema es la sociedad chilena en su conjunto, tratando de articular, de culpar o de disfrazar sus propias fobias, sus propios temores, sus propios rencores. Sus propios modos, a veces, bastante burdos y vulgares, de generar pacificaciones y de despreciar lugares.

Lo que la televisión retrata y narra, es sencillamente el acuerdo de la transición

Aquí hay, sencillamente, una negociación estructural que organiza de manera bastante específica, la narración sobre quiénes somos. Y ha inventado indicadores de calidad. Ha inventado narraciones sobre cómo estamos situados en el mundo. Ha inventado una manera de producir la televisión. Ha inventado frases. Frases emblemáticas: "momento histórico", "lo más grande que se hace en América Latina". Y un conjunto de clichés narrativos, que efectivamente, lo que están haciendo es promover la auto-referencia de un gabinete empresarial, político, económico y cultural, que quiere verse a sí mismo, como si fuera el país.

Sra. Patricia Castaño, miembro de la directiva de International Public Television (INPUT)

No podemos simplemente culpar a los canales

La televisión finalmente determina el modelo de sociedad en la que estamos. Y desde ese punto de vista, evidentemente, hay que irse arriba: a los empresarios, a los políticos, a los dirigentes, que se tendrían que poner la mano en el corazón y pensar en países como los nuestros.

Pero creo que tenemos que seguir defendiendo la existencia de una televisión de interés público; que haya una televisión que se preocupe por el impacto y la utilidad que puede tener en la audiencia. Yo no digo que no haya telenovelas porque son una forma bien interesante que agarra a la gente, pero telenovelas de calidad.

El rating es engañoso

Piensen que estudios con un universo de cuatrocientas cincuenta personas, permiten que se reproduzcan cosas que pueden ser aterradoras.. No sé cuántas son en Colombia. Sé que en Colombia se miden en otras ciudades. Cuatrocientos cincuenta hogares, en la ciudad de Santiago; define, mata. A mí me parece que eso sí que es una provocación del señor de Time aquí presente.

Es decir, creo que evidentemente ésa no puede seguir siendo la única manera como valoramos la calidad o la cantidad de personas que ven televisión. Creo que debemos establecer otros criterios, para medir qué quiere la gente.

Por otra parte, cuando hay un despliegue de publicidad, cuando hay una mayor motivación para ver un programa; la gente lo ve. Entonces, no podemos nivelar por lo bajo. Hay que hacer lo necesario para mejorar la calidad.

Es muy grave que quienes podrían hacer otra cosa, estén aceptando que esas sean las "reglas del juego".

Yo sostengo que tendría que haber un distinto "para qué" en la televisión. No es culpa del dueño de la empresa de medición porque está haciendo un negocio para unos señores que necesitan esa información; sino de quienes aceptan esas reglas del juego.

Lo grave es que quienes manejen la televisión, sean los señores que venden Colgate porque la verdad es que en estos momentos estamos haciendo una televisión para los señores que venden Colgate. Ellos son los que están definiendo la programación; ellos son los que están definiendo los contenidos y la calidad.

Intervenciones del público

Señora (Público)

La ley establece objetivos que no se cumplen

Existe una Ley de Televisión, que incluye algunos principios, como protección a la infancia, a la dignidad de las personas, a los valores nacionales, que los canales no toman en cuenta.

La baja calidad de la televisión no se debe ni al rating ni al sistema comercial

Hay una audiencia crítica en Chile, pero esa público conciente no hace nada para opinar sobre calidad. Es decir, hay poca sociedad civil en Chile. Los niños son más opinantes.

En la televisión chilena no hay equilibrio. Hay sectores que están sobre representados, con una mejor imagen y con mayor espacio para dar sus opiniones.

Francisco Gedda

La TV: un bien escaso

Con esfuerzo generalmente caben cinco canales, en un espacio radioeléctrico, en una región. En cambio pueden haber más de 1.400 radios y todos los periódicos que alguien quiera imprimir. Y por esa razón los legisladores pensaron que había que darle concesiones al Estado y a los canales universitarios de televisión, también, porque era obvia la intuición o la lucidez de la responsabilidad social.

Cuando hay solamente seis canales, hay que cuidar, digamos, lo que pasa por esos seis canales.

Es curioso que en la mañana, no estaban Megavisión y la Red; porque la verdad, ellos compraron las frecuencias. Y tal vez no tengan que darle explicaciones a nadie, por poner "basura" adentro de la frecuencia que compraron.

Pablo Alvarado, Director y Productor de Chilevisión

Las consecuencias del rating on-line

La gente que está metida en la televisión no tiene tiempo para asistir a debates sobre la calidad de la televisión, pues tienen que estar lidiando día a día con la programación y el People Meter.

El People Meter le ha dado agilidad a la Televisión, pues la obliga a estar constantemente revisando el nivel de audiencia, pero también la televisión se ha convertido en una "fábrica de prietas", es decir, en cebolla y sangre. Eso marca rating.

Francisco Berríos

¿Quién está dispuesto a pagar por un programa de la TV chilena?

Cuando alguien en Chile o en otro país esté dispuesto a pagar por un programa chileno como lo hacemos con el cable, vamos a tener calidad.

Sr. Augusto Góngora, miembro del comité de programación de TVN

Rating y calidad son compatibles. Es cuestión de opciones

La audiencia chilena ha demostrado que cuando le ofrecen programas de calidad, hay buen rating; los programas se autofinancian y, además, producen utilidades a los canales de televisión. Lamentablemente la industria de la televisión chilena está enfatizando por la vía de la práctica, el producir audiencias más que producir programas de televisión.

Una TV para el ciudadano que no es solamente consumidor

Hay otra manera de hacer televisión y para eso evidentemente falta disciplina, falta rigor, falta creatividad; y sobra pereza, sobra facilismo, a mi juicio, en la televisión.

Si uno decide producir programas de televisión- no solo audiencias- tiene que preguntarse a quién le está haciendo televisión; si es a una persona que sólo la veo en su variable de consumidor (el tipo que va a ver el letrero de Nescafé y al día siguiente, va a ir a comprar diez Nescafé) o le estoy haciendo televisión al ciudadano. Obviamente una de las facetas del ciudadano es ser consumidor, pero es solo una; también es padre, es hijo, es hermano, es autoridad, es profesor, es universitario; participa en debates, etc.

A propósito de los obstáculos para tratar el tema de la calidad

Frente a la descalificación de los críticos diciendo "¿Por qué le vamos a hacer caso a una manga de intelectuales?". Y, yo diría "¿y por qué no? También se podría decir "¿Por qué le vamos a hacer caso a una manga de comerciantes?"

Para avanzar no hay que descalificarse ni tampoco impedir una discusión sobre la calidad porque es muy difícil de definir el porqué.

Es como si dijéramos que es muy difícil definir el amor. Entonces, no nos amemos, no nos casemos, no tengamos hijos, no hagamos el amor; porque, el amor es indefinible.

El tema de la calidad, el tema del amor, lo aprendemos amando y siendo amados; el tema de la calidad, lo vamos a aprender también discutiendo y haciendo.

Soledad Campaña, fotógrafa revista Paula

El pueblo chileno se ha dejado de movilizar desde la época del sí y del no.

Creo que la TV abierta de Chile está mandada por una cúpula de gente que tiene mucho poder y que cuando los llaman los empresarios para que eliminen noticias, lo hacen ,pero que les interesa un "soberano pito" lo que opina la gente. Creo que la gente sí tiene una opinión; y la gente sí es crítica, pero yo no sé desde cuando en este país, no les interesa ni la crítica de la gente, ni la opinión de la gente.

Las comunicaciones están estructuradas de tal manera en este país, que el "modelo Tironi", "el modelo de Enrique Correa", han funcionado perfectamente, porque, desde el "sí" y el "no"; nosotros nos hemos dejado de movilizar como pueblo.

TRASCIPCIÓN

Tema II: INDICADORES DE CALIDAD EN LA TELEVISIÓN

¿Qué expresan y cómo se interpretan los datos de los diversos indicadores?

Jaime Muñoz, moderador:

Buenas tardes. Vamos a dar comienzo, entonces, a este segundo coloquio del día.

Es un coloquio que intentará plantearse y reflexionar sobre los temas de la calidad en televisión.

La estructura de este panel busca generar situaciones de debate, de intercambio; a partir de una estructura especial que es absolutamente experimental y que Manuela Gumucio ideó, pensando que de ésta manera podían incorporarse la mayor cantidad de temas posibles a un debate que por su propio carácter complejo, podía llevar a generar zonas de ocultamiento, por así decirlo.

Es decir, que no surgieran a la luz o que no surgieran al debate, que no aparecieran sobre la mesa. Entonces, este concepto del provocador que es eminentemente, heideggeriano, hace que se entienda lo que se plantea, lo que se pone ahí, lo que se pone en común; y lo que se ofrece a un debate que aspira a una cierta amplitud y no, a una clausura. Muy bien, les voy a presentar, entonces.

La estructura estará compuesta por los panelistas: Elías Selmann, que es presidente del grupo de estudios Time Ibope; María Dolores Souza, jefe de estudios del Consejo Nacional de Televisión; Cristián Leighton, productor independiente y el profesor Sergio Godoy, del Instituto de Estudios Mediales de la Universidad Católica.

Los provocadores: Patricia Castaño, que es miembro de la directiva internacional Public Television Input de Colombia; José Antonio Camacho, sociólogo, ahí ; el profesor Carlos Ossa, Valerio Fuenzalida, investigador también del Centro de Estudios Mediales de la UC.

Haremos una primera ronda, de cinco minutos, cada panelista, Y luego, los provocadores plantearán algún tipo de pregunta, de cuestionamiento que pueda

hacer surgir un debate; que los panelistas puedan recoger y eventualmente, el público puede articular después, de una primera ronda.

Muy bien. Quisiera dejarlos, entonces, con María Dolores Souza".

SRA. MARÍA DOLORES SOUZA; Jefe de estudios del Consejo Nacional de TV.

- "Buenas tardes. Bueno, yo tenía preparada una exposición. Así es que no sé mucho cómo hacer estos cinco minutos. Pero el problema de la calidad de la televisión surge más bien con la crisis de las televisiones públicas en los países desarrollados y con el surgimiento, además, de las nuevas tecnologías, que permiten al espectador tener ofertas diversas, ya sea por cable o satélite.

Ahora, ¿cuál es el objetivo de plantear este desafío de hablar de la calidad? Por un lado, es porque de alguna manera, hay que democratizar los servicios de televisión; sobretodo, abierta, que son servicios, digamos, públicos. Democratizar por un lado, lo que son los medios de comunicación. Y hacer que la sociedad civil, tenga de alguna manera, mayor control sobre las emisiones de los medios de comunicación. Y también, por otro lado, porque cada vez el mercado, de alguna manera, va segmentando ciertos públicos.

Entonces, surgen diversas demandas y en el contexto de la globalización. El tema, por ejemplo, de la factura nacional de la programación y de la identidad nacional, cobra una relevancia muy importante. Aparejada del interés que tienen por otro lado, las audiencias, de recibir programación de otros países; y digamos, el estímulo que esto plantea de poder conocer otras realidades, etc.

Ahora, existen en el debate internacional -pero, creo que no los voy a nombrar y por otro lado, también, no quiero toparme con Sergio-, ciertos indicadores de qué es lo que es calidad.

Y entre medio de esos, hay por supuesto, temas como la identidad nacional, la reconocibilidad, por ejemplo, de un canal, que la gente sepa más o menos, qué esperar de un canal; porque ya identifica más o menos, su línea editorial.

Hay distintos criterios, de alguna manera, para analizar los programas; por su programación. Y el criterio más importante, es el de la diversidad. Yo creo que Sergio va a contarles, qué es la diversidad programática. Es decir, la capacidad del sistema

televisivo en total, o sea, todos los canales, de propiciar diversos programas para los distintos gustos.

Hay criterios más específicos como la representación de la realidad, la innovación, la calidad técnica.

Hay muchos elementos. Pero yo creo que en el caso chileno es importante resaltar que por ejemplo, uno habla -porque hay muchas miradas para hablar de la calidad- desde el sistema o desde los telespectadores. Desde lo que ellos piensan o desde la diversidad en los canales. Pero creo que hay un tema importante en Chile que es que hay poca diversidad en el sistema, en general.

Es decir, cuando uno piensa en qué ofrecen los canales, casi todos tienen como una vocación nacional. Y hay poca televisión local. Y en el contexto de la globalización, se da y todos sabemos -lo hemos oído en "miles" de seminarios-, esta demanda por la localización y por ver algunas identidades como muy chicas; propias de distintos grupos que se van conformando y segmentando.

Y en otros países, sí existen televisiones locales. Aquí, si uno cuenta la cantidad de canales que se ofrecen, hay quinientos y tantos. Pero esos quinientos y tantos, en el fondo, son las mismas redes nacionales que se transmiten en distintas partes de nuestra geografía. Entonces, finalmente, si uno cuenta entre los canales nacionales UHF o VHF; al final habrá trece o catorce ofertas. No es más allá. Y los canales que de alguna manera, nacieron con una vocación bastante local, están tratando a su vez, de conformar redes.

Entonces, ahí, yo creo que hay un tema quizás, como para plantear algo que tiene que ver con la diversidad y con la calidad. La información que tenemos en el Consejo Nacional de Televisión, que me permite afirmar que es poca la diversidad en ese sentido.

Y después, hay otras deudas que lo ha planteado nuestra presidenta del Consejo, Patricia Politzer, montones de veces. Que es la deuda que hay, por ejemplo, con la programación infantil y etc.

Otros temas, que yo creo que van a salir después; porque tengo otros datos, también de opiniones de la audiencia, etc. Pero, para hablar del sistema, creo que eso es interesante. De que hay poca televisión con vocación local, en nuestro país".

- "Muy bien. Quiero dejarlos ahora con Sergio Godoy, para seguir la trayectoria del estudio".

Sr. Sergio Godoy, Instituto de Estudios Mediales de la Universidad Católica:

- "Bueno, gracias. Buenas tardes. También tenía una presentación. Voy a tratar de ser muy rápido.

Yo creo que la pregunta, para que no se convierta en un diálogo de sordos y cada uno hable sobre lo que puede hacer bueno en la televisión o no. Es un poco como evaluar a una persona. ¿Soy yo bueno o no?

Entonces, habitualmente, uno empieza a darse cuenta de que claro; quizás, desde un punto de vista ético, soy mediocre. Desde el punto de vista de ciertos deportes, puedo ser bueno; o en ciertos hobbies. Finalmente, ¿qué significa eso?

Primero que nada, para saber lo que es calidad, uno tiene que comparar el objeto de estudio con una escala comparativa. En segundo lugar, esas escalas están basadas en un estándar; y esos estándares, en escalas de valores. Y las escalas de valores, tienen el problema de que muchas veces, están sujetas a subjetividad y a variabilidad en el tiempo y el espacio.

Entonces, lo que ahora se puede considerar en el contexto chileno como aceptable, como norma social; no es lo mismo que en el año setenta, ni es lo mismo en el año cincuenta. Y así, sucesivamente.

Segundo aspecto, aparte de que es comparativo, también es multidimensional. Es decir, el objeto no es solamente analizado a través de un solo criterio, sino que a través de varios. Y para tratar de poder medir la calidad de un objeto, tan absolutamente complejo, como es la televisión; yo creo que ahí, voy a recurrir a un autor sueco, que plantea un diagrama.

Primero que nada, hay que plantearse según niveles. Un sistema, por ejemplo. Me refiero a todos los canales combinados, ofreciendo programas distintos.

En segundo nivel, viene el análisis a nivel de canales. Es decir, ¿tal canal lo hace bien o lo hace mal? Televisión Nacional, ¿hace su rol de canal público? Canal 13, el Mega, etc.

Y finalmente, más abajo, a nivel de programa específico. Usualmente, la discusión sobre calidad de televisión, se centra en ese nivel. Y a veces, en el nivel de los canales. Cuando se le critica al Canal 13 o al canal 7, usualmente, lo que hacen o lo que no hacen.

Sin embargo, en esos tres niveles que son diferentes y que requieren articulaciones distintas, hay por lo menos cuatro grandes actores sociales, muy complejos y a la vez muy legítimos; que están dando además escala de valor con la cual medir estos tres niveles.

El primero, podríamos llamarlo los actores legislativos los que definen las reglas del juego. Y en este sentido hay que incorporar a todo el sistema político. A todas las fuerzas políticas. Por ejemplo, lo que pueda pensar un comunista, un militante del Partido Comunista, sobre como debe ser el sistema de televisión, en el sentido normativo-regulativo, va a diferir obviamente, con un militante de la UDI o con un algún grupo religioso, etc. porque están preocupados de generar normas, que regulen todo este sistema.

El siguiente gran actor importante -que muchas veces se queda en el ambiente que existe hoy-, es el nivel de la empresa o el emisor. Y usualmente el criterio empresarial economicista, de eficiencia -por lo que supe en la mañana estuvo muy interesante, la disputa entre las distintas empresas de la televisión-, esencialmente, se preocupa desde su perspectiva editorial o naturaleza empresarial, de que la empresa sobreviva.

Entonces, usualmente, si ustedes juntan aquí a directores ejecutivos de canales o a los directores de programación; se van a encontrar con que se van a justificar siempre. Siempre van a decir, "no me hablen de ballet, ni de ese tipo de cosas; porque nosotros tenemos que autofinanciarnos".

Y finalmente, todo el discurso de los directivos de la televisión va a girar en torno a cómo hacer sobrevivir a la empresa en que trabajan. Sea o no sea, con fines de lucro.

Tercer actor social, que interviene acá. Los profesionales que trabajan dentro del medio. Y este sentido, lo interesante es que particularmente, podríamos decir, dos

grandes familias, aunque hay más. Uno, son los periodistas, que tienen su propio código de ética. Y digamos, el funcionar de los periodistas, está vinculado, incluso, con la declaración universal de derechos humanos: libertad de expresión, libertad de información, etc. Y también, los criterios que utilizan los realizadores, tal como don Cristián Leighton, que después nos hablará posiblemente, de la necesidad de innovar, contar con presupuestos adecuados, posibilidad de experimentar con varios géneros, etc.

Y por último, el cuarto gran actor es el público, que, tal como a todos nos pasa, tiene una relación ambivalente con este medio, que lo consume pasivamente. Tiene una relación, por así decirlo, empírica, que se mide esencialmente, a través del rating. Si le gusta algo, lo va a sintonizar.

La apreciación del público, por otra parte, en otros países -particularmente Gran Bretaña-, se mide a través de los llamados "índices de apreciación", que es el nivel de placer o de orgullo intelectual; o gusto que le produce el goce de ese programa, que a veces, coincide y a veces no. Y a veces ocurre -como aparece en los estudios del Consejo- que le pone muy buenas notas a los programas de reportajes y documentales. Tiene la mejor nota en todas las encuestas que hace el Consejo. Y eso es contradictorio con la cifra de rating que se concentra la sintonía, en partidos de fútbol y ese tipo de cosas.

Ése es como el marco de análisis. Y en ese sentido, para no quedarnos en un diálogo de sordos, hay que tener presente esto.

Porque ocurre de repente, que alguien dice: Bueno. La televisión es buena o la televisión es mala. Es porque están hablando de repente, de un programa específico o de un canal. Sin darse cuenta de que hay paradigmas diferentes.

A nivel macro, macro-sistema; lo último que quisiera decir antes de cerrar, en la experiencia chilena tenemos dos paradigmas que nos han influido bastante.

Uno, es el paradigma norteamericano: comercial-competitivo. Y el otro, es la tradición de servicio público europeo, que ha ido evolucionando. También, está como paradigma, y vigente para una buena parte del mundo, como China, Corea del Norte, Cuba, etc. Y en las monarquías absolutas del Medio Oriente -por lo tanto, no está tan fuera de moda- el paradigma, por así decirlo, totalitario o autoritario, que según busque manipular o no a la audiencia, en un objetivo ideológico; será autoritario o totalitario.

Pero generalmente, ahora en Chile, sería políticamente correcto, decir que tenemos por un lado, un paradigma comercial-competitivo de inspiración norteamericana, en que básicamente, se basa en el paradigma de seguir el gusto de la audiencia. Y eso está correlacionado con el sistema de financiamiento. El sistema de financiamiento que básicamente, a través de la venta de avisaje y publicidad, condiciona el tipo de programas que se hacen.

En ese sentido, podemos pasarnos años aquí, discutiendo. Ojalá, que hubiera más programas de otra naturaleza a la que hay. O que la proporción en que haya, sea distinta.

Pero si no se modifica el sistema de financiamiento, vamos a quedarnos en puras buenas intenciones. Y el otro paradigma influyente, el paradigma europeo, que la BBC lo formuló en el año veintitrés, que se basa en la idea de no seguir los gustos de la audiencia, sino que liderarlos, que es lo que por ejemplo, Nissim Sharim trata a veces - infructuosamente- de patear dentro del directorio de Televisión Nacional, diciendo: "Bueno, si se acostumbra a la gente a puras porquerías; cómo no van a pedir porquerías. Por lo tanto, tenemos que educarlos".

Ahora, eso también tiene que ver con una infraestructura detrás de financiamiento; que no es publicitario o complementario con el publicitario. Y en ese sentido, si nuestra regulación, que a mi juicio, es muy mediocre. Nuestro marco jurídico y las condiciones que hay, demuestran -yo creo- la inmadurez de nuestros legisladores.

Francamente, vamos a seguir moviéndonos en un sistema que tiene varias falencias. Por otro lado, eso sí; si bien comparto lo que dice Lola, con respecto a la poca diversidad del sistema, con respecto a lo local y lo nacional. Creo, sin embargo, que tiene otros aspectos que pese a las limitaciones, en Chile ,podríamos estar bastante orgullosos".

- **"Bueno, ya que se tocó el tema de la medición. Los dejo, entonces, con Elías Selmann".**

Sr. Elías Selmann, Presidente del Grupo de Estudios Time Ibope

- "Primero, quiero agradecer a Manuela por invitarme a este foro sobre televisión, sobre Indicadores de Calidad.

Solamente quiero hacer una queja. Me habría encantado ser provocador y no estar en este lado. Siempre he querido ser provocador; pero parece que ya no lo fui. Y junto con eso, también quisiera decirles que no sé si yo debiera estar acá, porque yo me dedico más que a la calidad de la televisión, a medir la cantidad de auditores.

Entonces, estoy más cerca de los indicadores de cantidad que de calidad. Sin embargo, creo que-me imagino- tendrá algún interés para todos conocer un poco acerca de los indicadores de cantidad.

Yo durante los últimos veinte años, he estado dedicado a establecer sistemas de medición en distintos países dentro de América Latina.

Soy parte de una organización, de una empresa, que mide televisión o rating de televisión en catorce países de América Latina. Y por lo tanto, puedo vivir día por día, un poco, cual es el debate que hay sobre las mediciones y el debate que hay sobre televisión, en la región.

Yo creo que primero hay un hecho, que es que en Chile se ha decidido que la televisión tiene que financiarse a través de la venta de anuncios publicitarios. Esa es una decisión política. Ese es el modelo comercial. Como decía Sergio, el paradigma europeo versus el paradigma norteamericano.

Yo diría que Chile está más cerca del paradigma norteamericano. Independientemente de que las instituciones que dan televisión, no son empresas con fines de lucro, todas. Pero claramente, todos sabemos que es necesario que estos canales se autofinancien, que generen suficientes ingresos para poder seguir funcionando.

En esa medida, creo que el sistema de medición, juega un rol muy importante, porque creo que el modelo de televisión comercial significa, como decía, que se financia a través de la venta de espacios.

Lo que hace la medición, es definir cuánto vale un **espacio... (3/A)** a quiénes son y a su capacidad de compra. Y eso es lo que determina en última instancia, hoy día, la demanda por espacios publicitarios.

Entonces, podríamos decir que la demanda por espacios publicitarios, está relacionada con las necesidades, los deseos o las preferencias del público. Y eso es lo que refleja el rating.

Por otro lado, creo que en la oferta también juega un rol importante la medición de sintonía o la medición de rating.

En la medida en que las estaciones de televisión usan lo que las personas desean y ajustan su oferta a ese deseo; está jugando el rating o la medición un papel clave en la estructuración de los contenidos, también. Y es interesante.

Nosotros, a veces, empezamos a estudiar datos y vemos, por ejemplo, que a veces no se corresponden, oferta con demanda. Y tenemos el caso, por ejemplo, en los últimos meses. Ha habido una sobreoferta de reality show. Incluso, ha habido un gran gasto, se han pagado franquicias. Y sin embargo, por haber tanta oferta -más que la demanda-, digamos, el sistema de medición, también permite registrar las ineficiencias. Cuando hablo de ineficiencias, estamos hablando de la plata que no está bien gastada; porque no está satisfaciendo una demanda, digamos. Hay más oferta que demanda. Y por lo tanto, hay un exceso de oferta.

En esa medida, yo diría, para cerrar, el tema de la importancia del rating. El rating está presente en que nos permite conocer la demanda. Y está presente también, en la oferta. Y en ese juego, de oferta y demanda, como todos sabemos; la televisión hoy día, es un bien de consumo.

Por lo tanto, el precio de la televisión lo fijan la oferta y la demanda. Entonces, el precio de la televisión lo fija, de alguna manera, el sistema de medición, que es el que permite conocer la oferta y la demanda.

Les voy a contar por si les interesa y porque lo creo importante. El rating tiene mucho protagonismo en la prensa. Especialmente en la prensa que está dedicada todo el día a hablar de televisión. Y creo que hay hasta cierto punto, poco conocimiento, realmente, de qué es un estudio de audiencia.

No los voy a latear con estadísticas, pero sí les puedo decir: uno, que Chile está a nivel del estado del arte mundial en medición de audiencia.

Nosotros, usamos acá, el famoso People Meter, que es una medición electrónica. Incluso, hemos dado un paso más allá. Somos solamente dos países en el mundo los que tenemos una medición en línea. De manera que, y esto también se ha comentado mucho, los directores de programas pueden ver "real time", qué está pasando con lo que ellos están haciendo.

Ahora, ¿cuáles son los principios básicos que debe cumplir un estudio de audiencia? Y que el caso chileno, nosotros creemos que lo cumple.

El primero, diría yo, es la transparencia. El estudio de audiencia debe ser hecho; y el mercado debe conocer cuáles son las condiciones metodológicas, bajo las cuales está hecho el estudio. Y esa situación, la cumple a cabalidad el caso chileno.

El segundo hecho importante es la armonización. Cómo ustedes saben, por la globalización hoy día todos los anunciantes o la mayoría de los anunciantes son anunciantes internacionales. Entonces, ellos necesitan saber cuántos puntos de rating están obteniendo para tal producto; y que eso sea lo mismo, cuando comparo China con Santiago o con Singapur.

Entonces, nuestro estudio está hecho armónicamente con diría yo, dos modelos. El modelo de la.; que es el modelo europeo. Y el modelo de la ARF; que es el modelo americano. Nosotros, cumplimos con ambos estándares mundiales, digamos.

Para satisfacción, no sólo de la industria de la televisión; sino de la industria de anunciantes, que son los que de alguna manera quieren saber que su plata está siendo bien invertida.

También, el estudio obviamente debe ser imparcial; o sea, no debe tener sesgos. Y es casi una condición obvia.

En cuanto, la empresa medidora constituye un arbitraje de lo que es la asignación de los recursos publicitarios en la industria. El universo, debe reflejar a los mayores de cuatro años; y debe reflejar también, correctamente, cada uno de los territorios que están siendo medidos.

En el caso de Chile, medimos sólo Santiago. Pero, por si no lo saben hemos cerrado un contrato para empezar a medir cuatro ciudades, a contar del próximo año.

Y otro hecho importante es el marco muestral y el diseño muestral que se utiliza. Un principio básico del estudio es que la muestra tiene que ser:

probabilística; vale decir, que podamos entonces tener indicadores de precisión y confiabilidad, asociados a los datos que se están midiendo;

auditable, el estudio debe ser susceptible de comprobación de manera que dé seguridad a los actores, en particular, a la televisión o a la industria de la televisión, y a los anunciantes.

De hecho, en los países de América Latina, los estudios son auditados bajo el MRC, que es el Medial Rating Council, de los Estados Unidos, que ha fijado ciertos estándares que define que un estudio refleja correctamente la realidad. Hay un manual, no sé, de cien páginas, lleno de estándares. Y cada vez que somos auditados se verifica que se cumpla con esos estándares. Bueno, eso yo diría que es básicamente el modo de medición.

Quisiera, si me permiten dos minutos, hablarles un poco de mi experiencia, de que el People Meter, como se le llama vulgarmente en los medios, efectivamente ha tenido una influencia importante en los contenidos de la televisión.

Desde que aparece el People Meter, encontramos cambios importantes en los contenidos. Yo recuerdo, -el People Meter es del 1991- que antes del people meter; la audiencia "anciana", como yo, recordará que en esa época, por ejemplo, un noticiario estaba lleno de comentaristas. Noticias lentas. Y el people meter, que permite medir minuto por minuto la audiencia; dio cuenta de que los comentaristas eran lateros, que a la gente, no le interesaban las noticias internacionales. Y hemos visto cada vez más sangre y sexo en la televisión.

Incluso hoy día empezamos a ver algo, que yo había visto mucho en la televisión extranjera, en particular en América Latina y que me impresionaba que a Chile no llegara, que es la televisión-denuncia. Yo creo que no necesito contarles, cómo esto ha tomado vuelo en los últimos días, acá. Y todo eso, creo que ha estado asociado al sistema de medición; y asociado a su vez, al modelo de televisión y al modelo de financiamiento, que la sociedad chilena ha decidido tener. Eso es todo".

- "Muy bien. Muchas gracias. Los dejo, entonces, ahora con Cristián Leighton, que sin duda, nos hablará de su experiencia como realizador".

Sr. Cristián Leighton, Productor Independiente:

- "Buenas tardes, a todos. Bueno, primero quería recordar el panel de hoy día, en la mañana, que me pareció realmente muy interesante y bastante inédito, en este tipo de discusiones.

Creo que se produjo algo, que por lo menos a mí no me había tocado presenciar nunca en los debates -a los cuales he asistido durante bastante tiempo- sobre estos temas de la televisión y la calidad. Y creo que lo que más me llamó la atención fue el ánimo. Y cuando digo "el ánimo", quiero decir que observé de parte de los provocadores, de parte de los panelistas y de parte del público, un ánimo distinto a la resignación.

Yo siento que, por un lado, los panelistas manifestaron el ánimo de soñar. Hablaron varios de ellos de soñar una televisión, de mejorar la televisión. Habrá que creerles, en todo caso, no sé. Habría que preguntárselos, a lo mejor, en otras circunstancias. Pero, por otro lado, los provocadores también manifestaron su ánimo de criticar, de construir y de provocarnos a lo mejor, preguntas, que yo creo que siempre son válidas de hacer, por muy complejas que sean.

También se ha hablado de eso, digamos, de la complejidad del tema. A mí me parece importante destacar esto, de la no-resignación porque generalmente, en estas discusiones uno se va, y queda con la sensación de que en realidad, no hay mucho por hacer. De que finalmente, este es un escenario, donde es muy difícil mover las cosas; y donde las cosas, no se pueden modificar.

Yo personalmente pienso que las cosas sí se pueden modificar. Y cuando, bueno, se me invitó a este panel a hablar de la calidad; la verdad, es que me preocupé. Porque al lado mío hay gente que ha estudiado mucho el tema. Ha trabajado con estudios de diverso tipo. Encuestas de opinión, encuestas de calidad en la televisión. Y pensé qué podía decir o hacia dónde reflexionar.

Y creo que es importante, quizás, reflexionar sobre el sentido de la televisión. Sobre ciertos temas, por ejemplo, que se tocaron en la mañana. Esto de educar, informar o entretener. Yo creo que esa dicotomía o esos conceptos; la verdad, es que están bastante "trasnochados".

Yo creo que hoy día se podría hablar, incluso, de intoxicar, de manipular, de distraer, de farandulear. Yo creo que son términos que quedaron ahí, enquistados un poco en la conceptualización de la televisión; y que creo que hoy día, no vienen al caso. Pero quisiera hacer referencia a algo que dijo Juan Carlos Altamirano, que está presente, sobre el tema de que no se le puede pedir a la televisión solucionar los problemas de la sociedad.

Yo disiento de esa opinión en el sentido de que siento que la educación y la cultura son cosas que se defienden en cualquier parte de la sociedad, Y se defienden en la vida. No creo que sea la televisión, un reducto inexpugnable; donde la cultura y la educación, no tengan cabida. Y además, lo digo en un contexto de un país, que tiene -creo- un capital educativo y cultural bajo e inferior a otras sociedades. Donde hay mucho que avanzar en esos terrenos. Mucho.

También se habló sobre populismo y sobre iluminismo. Y el mismo Juan Carlos en una primera intervención hizo una descripción de estas dos visiones.

Sin embargo, en la segunda intervención, él, diría yo, atacó fuertemente la posición "iluminista". Yo creo que ese es el problema, finalmente. Yo creo que sería difícil escuchar no solamente a Juan Carlos, a algún ejecutivo de televisión, atacar el populismo; hoy día.

Entonces, hay una descompensación que a mí me parece bastante brutal hoy día en el manejo de la televisión. Y que yo creo que es discutible. Quizás, es una discusión política que habría que plantearse. Y como dice un colega documentalista, don Ignacio Agüero, finalmente en televisión, se termina hablando de política y de grandes políticas.

Yo creo, que no hay que renunciar, a esa discusión política. Finalmente, quisiera decir, que la opinión siempre viene desde el lugar dónde uno habla.

Y el lugar desde donde uno habla en éste caso, tiene que ver con la producción independiente, que es un lugar "bien intermedio"; que es un lugar que está entre los canales, los ejecutivos, quienes toman las decisiones de lo que se hace o no se hace en televisión. Y que también está entre medio de la otra orilla, que es la orilla de los teóricos, de los centros de estudios, investigación, universidades.

Y yo siento que de alguna manera la producción independiente no se siente interpretada, muchas veces, por estas dos visiones; porque también el rol de la producción tiene que ver con concretar y bajar esa idea. Y vivir en este mundo real.

Yo creo que también, en éste caso, cuando se habla de los indicadores de calidad. Me parece que si bien ahí habría mucho que mejorar, es efectivo, por lo poco que he leído, que hay países donde esos indicadores se trabajan, donde se han desarrollado con mucha especialización. Más que acá, por lo menos.

No es de esperar que mañana, teniendo esos indicadores; más eficientes o con mayor profundidad, sean los que tengan que dictar la televisión mañana. Y en ese sentido, yo creo que hay que dejar un espacio importante a la intuición, al rigor y a la creatividad. Eso, por el momento".

- **"Muchas gracias. Muy bien. Vamos a abrir, ahora, el espacio de los provocadores. José Antonio Camacho, sociólogo"**.

Sr. José Antonio Camacho, Sociólogo:

- "Para los efectos de esta conversación, no me interesa la dimensión de buen programa, buen rating. Yo asumo que la soltura de los conductores, la dirección de los programas, la producción de los mismos; el manejo de las cámaras, de las luces, la escenografía; los estilos y tonos que asumen los programas están a la altura del partido que se está jugando. Por que son aspectos exigibles por la tecnología, por la experiencia y la competencia.

Así como exijo que una radio se oiga y un zapato, no es cierto, no me apriete. Del mismo modo exijo al menos esos criterios mínimos para la televisión.

Lo segundo en una dimensión, para los efectos de esta conversación, me interesa como importancia o gravedad en el desarrollo humano, producto de las tres horas y media per cápita, que vemos televisión según los indicadores que han medido este fenómeno aquí en Chile.

Y cuando estoy hablando de esto, me refiero fundamentalmente a aspectos tales como: qué entiendo por importancia o gravedad en el desarrollo humano. Me interesa un telespectador, por lo tanto, una persona, un ciudadano que pueda ser, a través de la programación, de lo que le está entregando la televisión, más reflexivo, más consciente, más dueño de sus actos y más dueño de sus pensamientos.

Asumo, por otro lado, que la entretención es un objetivo general de la televisión; y no, un mandato de la televisión. Y que la entretención debe estar expresada, absolutamente, en todas sus manifestaciones. En los shows, en los reportajes, en las

noticias, en los reality, en los talk show, en la ficción, etc., etc. O sea, en todo. La entretención es un objetivo general de la televisión.

Señalemos, por otro lado, que nuestra televisión es entretenida. Pero asumamos también que la entretención no es inocua. Un pequeño cuento, todos conocemos "Las mil y una noches". Sherezada, al rey Shear -durante mil y una noches-, le estuvo contando cuentos. Fundamentalmente, para salvar su vida. El rating que le entregó el rey Shear a Sherezada fue tan importante, que no solamente, le salvó la vida a Sherezada; sino que lo salvó a él, de ser un rey sanguinario, lo convirtió en mejor persona; y en resumen, también lo convirtió en buen ser humano.

Yo creo que depende de la calidad de los cuentos, el resultado que hubiese tenido esta cuestión. Perfectamente, Sherezada -inadecuadamente- podía haber muerto, la primera noche. Sherezada sabía lo que estaban haciendo.

Y los canales también sabían lo que estaban haciendo. El objetivo de Sherezada era la sobrevivencia; y los canales saben lo que están haciendo. Y premeditan sus verdaderos indicadores de importancia y gravedad. Y les llaman "indicadores institucionales". Y miden cuestiones no es cierto, como liberalismo, conservadurismo; nacional, extranjero, católico, moderno, cercano, valórico, cultural. Y el peso de sus respectivas marcas. Y los miden por una razón muy simple: si los están midiendo es porque están conscientes de que están entregando, ese tipo de manifestaciones. Y al medirlos, ellos utilizan la medición para tratar de cambiar y para tratar de posicionarse mejor.

De tal manera, de que el peso de su marca valga más. Y al valer más el peso de su marca, sus avisos van a valer más. El rating no mide calidad; mide solamente audiencia. Y el rating no es inocente. No es inocente. No es un indicador inocuo, como lo es el de la temperatura, el de los pluviómetros o el de los vientos. Porque es un indicador social, y como indicador social es interpretable sociológicamente y es discutible, en términos sociales.

Hay conductas sociales que son atribuibles al rating. Y creo que es conveniente, señalar algunas de ellas. Todas recientes. Voy a empezar por algunos datos del PNUD. Pero, creo que es imposible desligar, el sentimiento de desconfianza hacia el otro; que tiene éste país.

Un 73.7% de la gente de Chile le tiene miedo al otro. Yo creo que es imposible desligar este indicador de lo que la televisión ha dado en sus contenidos. Los medios en general, pero la televisión en particular, por su cobertura y por la cantidad de exposición diaria que se tiene hacia ella.

El medio de desconfianza al otro, un 73.7%, yo creo que no es ajeno a éste índice. Paz Ciudadana y los muchos programas que hacen del temor un verdadero mercado para la exposición de sus argumentos.

Sigo con el PNUD: un 63.2% piensa que la gente trata de aprovecharse de ellos. Nuevamente, el problema de la desconfianza; y nuevamente, el problema del temor. Otro índice: el cuidado del trabajo y el pánico a perderlo. Chile es uno de los países que trabaja como promedio 9 horas diarias. Cada trabajador está en su lugar de trabajo, al margen de que sea más productivo o menos productivo ese número de horas. Da lo mismo, para no perder, para estar haciendo una permanencia que sea efectiva de alguna manera, está una hora y media más en su trabajo de lo que le corresponde en su horario normal o regular. Una cuestión que no tiene nada que ver con el ambiente de las mediciones, de esta naturaleza, pero que sin embargo tiene que ver.

Chile es un fenómeno en el mundo.

El 80% de las bebidas alcohólicas. Desde la cerveza, que es la que tiene mayor consumo intra-hogar; hasta el tequila, que es el que tiene mayor consumo externo. Es el 80% de las bebidas alcohólicas como promedio que se venden para consumo entre hogar.

O sea, el círculo vicioso: casa-trabajo-casa. Igual: neurotizante. Es una cuestión que tampoco es inocua a la televisión; tampoco es ajena a la televisión.

Para qué hablar del valor de la no-discusión; porque en todos los programas, no es cierto, lo que se está buscando permanentemente, es el consenso. Éstas son conductas, producto de políticas editoriales, de campañas sistemáticas de los canales; permanentes y estructuradas. Especialmente aceptadas por la no-discusión, que está particularmente enfatizada y subrayada por los canales.

Un último punto. Un punto que me preocupa a mí, particularmente. Ésta es una sociedad, que tiene medios y que tiene fines. El fin de esta sociedad es claramente el lucro. Y es un fin que ha tenido un aspecto absolutamente sobre valorado y que yo diría

que en el caso de la televisión, es el lucro y es la fama. Bien. Para esto hay medios. Y ése es el fin: el lucro y la fama.

Hay cinco tipos de adaptación individual con respecto al lucro y la fama:

el conservador que aprueba los métodos que existen para conseguir lucro y fama; y acepta los fines para conseguir lucro y fama;

el ritualista, que pone especial énfasis, más bien, en los medios. Es el que recibe el reloj de oro por los veinte, por los treinta, por los cuarenta, por los cincuenta años de trabajo en la empresa. O sea, sobre-valora los medios y desprecia más bien, los fines.

el abstraído, que es el que se va a vivir al valle del Elqui, el que se va a vivir al sur de Chile, etc., etc. Al abstraído, no le interesan ni los medios, ni los fines que la sociedad le está planteando.

Y después, está el revolucionario -personaje prácticamente en extinción-, que quiere cambiar los medios y los fines; por otros medios y por otros fines.

Pero, está el "rey" de este modelo, que es el innovador, aquella persona que pone claro énfasis en los fines y no en los medios. Y que trasgrede los medios. Y que el único pecado que siente, ¿no es cierto?, es que sea sorprendido en la violación de los medios.

Creo que si uno analiza la parrilla programática de los canales de televisión en la ecuación fama-lucro, es una pantalla que está bastante saturada, especialmente en los últimos dos años, sobre este énfasis. Y donde vemos a los personajes de la televisión, especialmente, transgrediendo todas las normas que existen para este tipo de cuestiones. Ojo. Que no dije "violar la norma"; porque no habría sido "presentable".

Producto de esto, mi pregunta es la siguiente. Para la calidad, así entendida: sí existen los síntomas y existen los instrumentos... Por favor, en estos momentos en Chile, como en todo el mundo, se está realizando la investigación social más grande que nunca se haya hecho, que es "Los indicadores de desarrollo humano" del PNUD. O sea, existen todas las facilidades para generar los indicadores, que puedan medir los indicadores de responsabilidad social. Mi pregunta es: ¿por qué no se han hecho, si estamos viendo estos síntomas aflorar cotidianamente en la televisión?".

- "Muchas gracias. A pesar de los aplausos, le pido al provocador que vuelva a su lugar. Valerio, por favor".

Sr. Valerio Fuenzalida, Instituto de Estudios Mediales PUC

- "Bueno. Gracias por esta invitación.

Cuando yo conversé hace unos días atrás con Manuela, de lo que yo podría presentar aquí, me dijeron que lo que yo había preparado era más un planteamiento de panelista que una provocación. Por lo tanto, voy a asumir el riesgo de improvisar una provocación.

Yo creo que la crítica que ha hecho José Antonio Camacho es una crítica también, muy provocadora. Y yo voy a plantear tres puntos de provocación que espero que susciten discusión. A pesar de que probablemente, no van a estar tan bien expuestos, como lo que hizo José Antonio.

Yo creo que en Chile, uno puede por lo menos reconocer que hay dos áreas en los últimos años; en los últimos ocho años, en que la televisión ha progresado en calidad. Y esta es una afirmación, difícil de comprobar. Porque los juicios que uno emite sobre calidad, son juicios que siempre se comparan con algo. O con un conjunto de atributos; o con gustos personales que uno tiene.... a través del rating; o con épocas históricas.

Por lo tanto, el tema de la calidad y la afirmación que voy a hacer es una afirmación que tiene una cuota de subjetividad, bastante grande.

En primer lugar, yo creo que el área de las telenovelas nacionales, ha dado un salto en calidad. Y a mí me parece que en una discusión sobre la calidad de la televisión chilena, no reconocer algunas áreas de progreso en calidad, a mí me parece que no es conducente, que no ayuda a este debate. Yo creo si uno compara históricamente a las telenovelas de esta década con las telenovelas de la década de los setenta, de los ochenta; a mí me parece que hay una serie de elementos de crecer en calidad. Esa es mi opinión.

Y por supuesto, aquí hay un elemento de subjetividad, como decía hace un rato atrás.

Yo creo que hay una segunda área, en que también la televisión chilena ha mejorado en calidad. Si uno compara la información noticiosa de esta década recién pasada, con la información noticiosa durante la dictadura militar, a mí me parece que difícilmente uno podría decir que no se ha mejorado en mayor información balanceada.

No empleo la palabra "objetividad", porque es una palabra que a mí me parece inadecuada.

Creo que hay presentaciones más balanceadas, con distintos puntos de vista. Creo que en general, los noticiarios de la televisión han aprendido a no descalificar las opiniones que editorialmente, no coinciden como hace quince años atrás.

No creo que el tema de la denuncia -tal como decía Elías-, sea un tema de baja de la calidad, de la televisión informativa chilena. Más bien, creo que hay que agradecerle a la prensa chilena y hay que agradecerle a la televisión chilena que durante el año 2003 ha sido capaz de vencer una cantidad de presiones muy grandes para ocultar hechos y ponerlos en pantalla.

Yo creo que eso también es una mejoría en calidad. El hacer más transparente a nuestra sociedad, con sus vicios. En una sociedad que tiene una afición muy grande a creerse perfecta y, por lo tanto, a ocultar sus lados oscuros, especialmente cuando estos lados oscuros son lados oscuros de los sectores dirigentes del país.

Recuerden ustedes que en Chile todavía no se logra legislar para derogar el desacato. El desacato es una ley mediante la cual se configura como delito el que un medio de comunicación denuncie un hecho delictual de una persona que pertenece a una clase dirigente. Pero, siendo verdadero, sin embargo, esa persona, ese medio, es castigado por ofender esta dignidad especial que tiene una persona de la clase dirigente.

Eso muestra cómo a nivel jurídico en este país hay una protección especial hacia los sectores dirigentes. Y que lleva a un ocultamiento de los lados oscuros de nuestra vida.

Yo creo que si este año se ha producido más denuncia en la televisión; a mí me parece que no es una baja en calidad. No estamos pintando un mundo rosado, sino que estamos pintando un mundo lleno de problemas, y de lados muy poco gratos para nuestra sociedad.

Y la tercera provocación, que voy a hacer; y que a lo mejor les va a sonar todavía más chocante, es, yo diría, mostrar que tras esta reunión y que tras muchos asistentes a esta reunión, hay intereses económicos. Y a mí me parece bueno tomar conciencia de eso.

Porque en este tipo de reuniones habitualmente se acusa a los canales de ser los que tienen intereses económicos. Se los critica que son economicistas. Bueno. Todas las críticas que se escuchan en este tipo de encuentros, esta mañana e incluso ahora.

Detrás de la industria de la televisión hay fuertes intereses económicos. Y hay también intereses económicos que se ocultan detrás de frases hermosas, grandilocuentes. Se dice que "se quiere vender cultura"; cuando en realidad, hay intereses económicos. Intereses económicos nacionales e intereses económicos internacionales.

América Latina en este momento es un campo de disputa internacional de intereses económicos.

Hay países como España que lo único que quieren es penetrar América Latina en los medios audiovisuales, porque aquí hay un mercado gigantesco desde el punto de vista de una lengua común; y por lo tanto, de circulación de distribución. Aquí hay intereses económicos. Y yo creo que eso hay que decirlo y hay que hacerlo transparente.

La discusión sobre la calidad yo creo que va a mejorar, si estas cosas las ponemos arriba de la mesa. Yo creo que todos los que aquí vivimos, sabemos que tenemos que vivir. Y los que tienen empresas productoras independientes saben que tienen que financiarlas.

Por lo tanto, hay intereses económicos legítimos y que no necesitan ser ocultados. Acusar a los canales de ser los que sí tienen intereses económicos y sucios, y ocultar los intereses económicos nuestros, nacionales e internacionales, a mí me parece que no ayuda en esta discusión. Esa es mi tercera provocación. Gracias".

- **"Muy bien. Entonces, le corresponde al profesor Carlos Ossa. Por favor".**

Sr. Carlos Ossa, Profesor de la Universidad de Chile:

- "Antes que nada, muy buenas tardes.

Muchas gracias, por haberme invitado a este panel. Yo quisiera exponer dos ideas, relativamente cercanas. Y que tienen que ver con algo que se ha estado diciendo en todas las intervenciones y que guarda relación con la pregunta ¿cuál es el vínculo que hay entre la televisión y el sistema? Para no mencionar la idea de sociedad chilena.

Yo aquí quiero remontarme a la manera en cómo se resolvieron los temas políticos de ésta sociedad y cómo el modelo a la transición democrática instaló una fórmula de solución al conflicto que había en la misma, mediante promover el acceso y negar la participación, generando de esta manera, un desvío de todo lo que podríamos llamar el "reclamo social"; hacia los bienes de consumo, hacia el mercado; diluyendo el espacio de lo público y haciéndolo estrictamente, un espacio de accesibilidad. Un espacio, entonces, donde era posible administrar tolerancias, permitir reconocimientos, pero marcar fuertemente la imposibilidad de cualquier tipo de negociación que no fuera la que estaba previamente establecida por los órdenes políticos.

Esa lógica no es ajena a la forma en como también la televisión estructuró ese proceso. Entonces, como el tema de la televisión no era la negociación política; sino que el tema de la televisión era cómo hacer vivible esa negociación política en la vida cotidiana.

Fundamentalmente, lo que la televisión hizo fue cotidianizar la modernización. Volver, fundamentalmente, a que todo este espacio, esta estructura de la vida que se nos había impuesto; y que al mismo tiempo, nos había dado una manera de ingresar a ella, se convirtiera en un espacio de reconocimiento diario, común, habitual. En los programas, a través de las distintas figuras. En definitiva, haciendo que la farándula dejara de ser un espectáculo, para convertirse en un post espectáculo. Es decir, carecer de una dramaticidad, para volverse estructuralmente, una manera de representación de la vida.

La promesa de la televisión durante este período es que está mostrando la vida. Y la vida, justamente, lo que hace es narrar su existencia, su existencia cotidiana, su situación desventurada, su drama callejero, su posición económica, etc.

Bajo esa lógica, hoy día, el problema está en que seguimos leyendo la televisión, desde una perspectiva que no reconoce este aspecto. Y por lo tanto, siempre uno nota la incomodidad de poder hablar de la televisión, porque la televisión no es buena ni mala; no es ni correcta, ni incorrecta; no es loca, ni es normal, etc. etc.

Pero, por otro lado, uno siempre termina -de alguna manera- haciendo un comentario sobre la televisión, que sospechosamente termina siendo una especie de moral, un juicio de valor, una categorización respecto de quiénes son los buenos, quiénes son los malos, quiénes tienen la interpretación correcta, quiénes están equivocados. Y

fundamentalmente, se traduce, se disfraza, en esta especie de pantomima que es el problema de discutir la calidad. Cuando ni siquiera sabemos a qué le estamos llamando "calidad". ¿A qué le estamos llamando calidad?

Cuando por otro lado, estamos estableciendo que la única noción, el único estatuto, el único argumento; el único elemento, con el cual queremos graduar la calidad, tiene que ver directamente con el acceso y el éxito personal.

Entonces, la pregunta es: ¿de qué manera la televisión configura una sociedad dónde lo que está marcando como indicador de calidad es la manera en como esta propia sociedad quiere vivir esa calidad? Y esa calidad no la representa la televisión. Es la propia sociedad que desea verse en la televisión, experimentando esa calidad.

Y ahí entonces, hay una tremenda paradoja. Porque en realidad, no es la sociedad la que está siendo manipulada por la televisión; sino que al revés. Es la televisión la que está siendo manipulada por la sociedad. Porque requiere de este acuerdo; requiere de esta representación; requiere de esta legitimidad. Para poder, justamente, hacer posible ese silencio que compartimos todos. Justamente para que este sistema, este orden, no deteriore -como decía Valerio- todas las aspiraciones económicas que de alguna manera, están invertidas en él.

Aquí, sencillamente, lo que la televisión coloca como problema, es la pregunta por el grado no de cinismo ni de hipocresía; sino por el grado de develamiento y transparencia para discutir que el problema no es solo la televisión. Sino que es la sociedad chilena en su conjunto, tratando de articular, de culpar o de disfrazar sus propias fobias, sus propios temores, sus propios rencores. Sus propios modos, a veces, bastante burdos y vulgares, de generar pacificaciones y de despreciar lugares.

Entonces, yo diría que aquí hay que invertir el problema, porque nosotros estamos muy habituados a objetualizar los problemas; a centralizar las discusiones y buscar siempre, un enemigo que vuelva comunitaria la opinión crítica o que vuelva comunitaria la opinión culposa.

Pero, por otro lado, carecemos de instrumentos y de análisis que perfectamente nos permiten entender qué es hoy la televisión chilena. ¿Hay televisión chilena? ¿Hay algo a lo que se le pueda llamar televisión chilena? ¿A partir sencillamente, de que hay

programas producidos por cadenas independientes o por productoras nacionales? ¿Eso hace a la televisión chilena, hoy en día?

O ¿cuál es la relación con este tema tan explotado y tan promovido, que tiene que ver con la llamada localización? Este juego tramposo entre lo global y lo local. Y la manera siempre extraña, de cómo hacerlos calzar. Entonces, ¿lo hacemos calzar con un programa internacional que tenga locutores nacionales? ¿O con un programa internacional donde puedan participar artistas nacionales? ¿Cuál es el juego, acá? ¿Cuál es la manera, entonces? ¿Cómo se articula esa pregunta y cómo se puede responder?

Para terminar, quiero decir que en el fondo, a mí lo que me interesa remarcar, no son todos estos problemas de carácter técnico o económico -que obviamente, son tan importantes y tan relevantes para una discusión que pueda conceptualizar y volver compleja, como lo es, a la televisión- sino que lo que me interesa remarcar es que la televisión chilena, fundamentalmente, lo que ha hecho es promover la manera en como la política **ha** negociado, la modernización y la transición democrática.

Y eso, no sólo tiene aspectos políticos, no sólo aspectos ideológicos; sino que aspectos cotidianos que tienen que ver con el acuerdo, entre distintos tipos de poderes. Tanto políticos como sociales; económicos y culturales, que han negociado la manera en cómo debemos vernos; cómo nos deben ver y qué debemos ver.

Entonces aquí dejémonos de ingenuidades. Aquí, sencillamente, no es la televisión la única que ha articulado. Aquí hay, sencillamente, una negociación estructural que organiza de manera bastante específica, la narración sobre quiénes somos. Y ha inventado indicadores de calidad. Ha inventado narraciones sobre cómo estamos situados en el mundo. Ha inventado una manera de producir la televisión. Ha inventado frases. Frases emblemáticas: "momento histórico", "lo más grande que se hace en América Latina". Y un conjunto de clichés narrativos, que efectivamente, lo que están haciendo es promover la auto-referencia de un gabinete empresarial, político, económico y cultural, que quiere verse a sí mismo, como si fuera el país.

Yo digo que en ese sentido, efectivamente, lo que la televisión retrata y narra, es sencillamente el acuerdo y no otra cosa. Gracias".

- "Muy bien. Querían provocación y ahí, tienen provocación. Patricia es la última provocadora. ¿Va a hablar ella, desde ese lugar o vienes acá, a dar la cara? Ven aquí. Sube con nosotros".

Sra. Patricia Castaño, Miembro de INPUT de Colombia:

- "No. Yo, para provocar, tengo que estar frente a los demás. Si uno ahí, se sienta, entonces, ya no los está provocando. Desde esta mañana, pensé que Manuela no ha debido pasar a los provocadores para allá. Donde debemos estar es acá. Yo tenía la idea de que iba a hablar después de la ronda final. Pero, me parece bien; ya que me metí de espontáneo, entre los provocadores.

Yo vengo de Colombia, como ustedes saben. Soy productora independiente. Y tengo un sombrero de soñadora de lo que debe ser la televisión de interés público. Y cuando supe que tenía que participar en este foro, sobre la calidad, me pareció, pues, que estando Lola y estando Valerio, los aspectos formales, técnicos, serios, de la calidad; los iban a manejar ellos mucho mejor que yo.

Que no soy investigadora. Y me parece que hablar de calidad -como hemos visto desde esta mañana- es muy elusivo, es muy ambiguo, es muy difícil. Porque entonces, uno se encuentra con Altamirano, que dice que eso se llama despotismo ilustrado, pretender establecer unos niveles de calidad. O con Pablo Morales, que hizo un muy buen cierre en la reunión de esta mañana. Pablo Morales, descubrí, que trabaja para el canal Cisneros, luego. Y me conmovió mucho. Porque es un joven dulce y soñador; y joven. Bueno, vamos a ver cuánto le dura.

Pero entonces, a partir de lo que él dijo, que yo creo que es lo esencial. Hablar de última es grave; porque ya todos los demás, han dicho lo que uno "brillantemente" se había inventado. El tema es que no podemos simplemente culpar a los canales. La televisión finalmente la determina el modelo de sociedad en la que estamos. Y desde ese punto de vista, evidentemente, hay que irse arriba: a los empresarios, a los políticos, a los dirigentes, que se tendrían que poner la mano en el corazón y pensar en países como los nuestros.

Aquí hablo de América Latina, hablo de Chile y Colombia. De Colombia, conozco bien nuestra situación y más o menos conozco la de Chile. Es el para qué de la

televisión. Es decir, no es lo mismo hacer televisión en Estados Unidos, o no es lo mismo hacer televisión en Europa, donde hay muchísimos más recursos, muchísimos más elementos de formación cultural, de formación ciudadana; de los que hay en nuestros países.

Me pregunto, si podemos simplemente de un plumazo, decidir que en nuestros países la televisión es un bien de consumo. Se acoge al modelo comercial-competitivo del que se hablaba acá. Y dejamos de lado el modelo europeo. Yo no sé si esto lo estamos asumiendo con resignación o con cinismo.

Yo no creo que podamos creer simplemente que se le entrega la valoración de lo adecuado, lo que es bueno -en el sentido de calidad-; lo que es necesario a la audiencia. Porque, como en el fondo lo único que nos interesa es vender el producto. Es que Colgate, anuncie que el cepillo de dientes o el dentífrico son buenos. Porque como decía el señor Elías; se trata esto de un mercado globalizado. Y al señor del Colgate le interesa si va a vender su producto.

Me pregunto si nosotros como países o como clases dirigentes o como lo que la BBC llamaba el "Inform Judgement". Las gentes que tienen alguien. Lo citaba, la función de liderar. Podemos -de verdad, con honestidad- aceptar que en estos países: ¿estamos más preocupados por vender el Colgate, que por saber qué es lo que estamos ofreciendo?

Por si no se han dado cuenta, yo creo en el modelo de la televisión pública europea. Modelo que está de capa caída también allá, porque la presión del mercado y del capital; pues, obviamente, son muy fuertes.

Pero creo que lo tenemos que seguir defendiendo que debe haber una televisión de interés público, que debe haber una televisión que se preocupe por el impacto y la utilidad que puede tener en la audiencia. Yo no digo que no haya telenovelas. Creo que, como decía Valerio, las telenovelas en América Latina son una forma bien interesante que agarra a la gente. Pero telenovelas de calidad. Hay una diferencia entre las telenovelas chilenas y las venezolanas. Para no hablar de las colombianas, que son excelentes. Como ustedes sabrán.

Entonces, me parece que no podemos "arrancar", aceptando que hay situaciones inamovibles. Como por ejemplo, que se trate de vender Colgate. Y yo le quiero decir a

don Elías, que él es el mayor provocador. El gran provocador de la noche. Ha debido, evidentemente estar aquí.

Piensen que en estudios con un universo de cuatrocientas cincuenta personas, permite que se reproduzcan cosas que pueden ser aterradoras.. No sé cuántas son en Colombia. Sé que en Colombia se miden en otras ciudades. Cuatrocientos cincuenta hogares, en la ciudad de Santiago; define, mata. A mí me parece que eso sí que es una provocación. Y creo de verdad, verdad. Es decir, puede que yo sea una despótica ilustrada. Puede que yo venga de un nivel educativo alto, que pertenezca a las elites de América Latina. Podría decir también que soy una niña de origen humilde, como se dijo esta mañana, pero no se trata de eso.

Yo creo que tenemos una responsabilidad. Yo creo que quienes, viniendo de la educación pública o de la educación privada; viniendo de la riqueza o de la pobreza, estamos en posiciones que tienen que ver con la producción de televisión o con la programación de la televisión, tenemos que saber qué estamos haciendo. Y tenemos que volver al para qué de la televisión.

Lola hablaba de deudas que tenemos -muy grandes- con la televisión infantil. Deudas que tenemos -muy grandes- con que esa audiencia infantil, se identifique, conozca; sepa en dónde está viviendo.

Tenemos deudas enormes, con una población eminentemente joven en América Latina, que en mi país -dramáticamente-, es la que se está yendo a la guerrilla, a la delincuencia y a los paramilitares.

No creo que la televisión vaya a resolver el problema -como decía Juan Carlos-; evidentemente, no. Pero, estoy segura de que la televisión, podría haber cumplido un papel mucho más importante, mucho más integrador.

Y estoy segura, aún cuando ninguna de las investigaciones que se han hecho demuestre que hay una relación directa entre que uno sea un asesino y que haya visto "Los Magníficos". Estoy segura de que en la medida en que la banalización de la violencia; a través de años y años de disparos por televisión, algo ha incidido sobre la violencia.

No puedo generalizarlo. Pero estoy segura que en mi país, eso ha tenido importancia. Yo no puedo entender que cuando tenemos una televisión desde los años

cincuenta, no se haya podido usar, no para hacer pruebas aburridísimas, no para hacer exclusivamente, eso, pero sí para crear una información, una valoración de lo que somos como país; de lo que somos como región.

Entonces, yo me muero de la vergüenza con el señor Elías. Yo entiendo que lo que él hace es un negocio, que es un negocio muy importante para los negociantes, que necesitan saber cómo es la rentabilidad de su negocio, pero es monstruoso.

Es decir, creo que evidentemente ésa no puede seguir siendo la única manera como valoramos la calidad o la cantidad de personas que ven televisión. Creo que debemos -y eso se lo pido a Lola y a Valerio; que yo sé que lo están haciendo- establecer otros criterios, para medir qué quiere la gente. Y cómo hacemos para que lo vea.

Evidentemente, cuando hay un despliegue de publicidad, cuando hay una mayor motivación para ver un programa; la gente lo ve. Entonces, no podemos nivelar por lo bajo.

Yo creo que es muy valiente -como lo decía anoche-, que Televisión Nacional de Chile haya logrado sobrevivir sin apoyo del Estado. Y estoy segura de que Televisión Nacional de Chile hace cosas muy buenas.

Creo que el Estado, no puede eximirse de la responsabilidad que tiene de apoyar a la televisión pública. No podemos dejar esto, como un mercado abierto: simplemente, al mejor postor. Creo definitivamente, que tenemos una responsabilidad de liderar esa programación, y de liderarla de acuerdo con lo que la gente quiere y necesita.

Yo no creo que debamos hacer solamente, programas sobre filosofía **de Nietzsche**, pero sí podemos hacer cosas mucho mejores de las que estamos haciendo, empezando por lo que hablaba una señora esta mañana, cuidar el lenguaje. Cuidar el respeto por las mañanas, en los programas que en Colombia son aterradores.

Es decir, no podemos seguir nivelando por lo bajo; porque es un círculo vicioso. Lo que damos, genera una actitud. Alguien recordaba que Nissim Sharim dice "si seguimos dándoles porquerías, querrán porquerías"

Yo creo eso. Yo estoy segura de que a la gente, si las vamos acostumbrando a cosas más interesantes, las aceptará.

Ahora, en Inglaterra hay una gente espantosa. Hay una gente inculta, hay una gente torpe; hay una gente que toma cerveza toda la noche. Lo que ustedes quieran. Pero,

la televisión inglesa ha cumplido una función, de alguna manera, orientadora y educadora. Gracias".

- **"Muy bien. Muchas gracias. Tenemos, desgraciadamente, media hora. Con respecto a la planificación y a nuestro derecho de réplica y luego darle la palabra a la sala. Yo les daría la palabra en el mismo orden en que intervinieron".**

Sra. María Dolores Souza, CNTV

"Son muchos los temas. Para empezar a conversar, hay un marco legal que es la Ley de Televisión, que yo creo que también fija alguna pauta para centrar el debate. Cuando tú te referías al marco legal; ahí, hay algunos principios. No se pueden leer todos. Pero, digamos, está lo de la protección a la infancia, está lo de los valores nacionales, la dignidad de las personas.

Entonces, yo creo que en Chile sí existe esa pauta que hay que tomar en cuenta. Y que de hecho, los canales la toman en cuenta.

Después, está el tema de lo que habló Elías Selmann. Claro, nosotros tenemos una televisión comercial, pero yo creo que no es la culpa ni del rating, ni del sistema comercial. Digamos de que de repente haya una baja calidad de la televisión porque en realidad hay poca sociedad civil en Chile. Es decir, el televidente es un televidente súper informado, súper crítico. Y súper crítico, desde muy temprana edad. Ya a los seis, siete años; empieza a tener mucha opinión.

Entonces, hay ciertas opiniones muy consolidadas, por ejemplo, de que en la televisión ciertos actores están sobre-representados o con una mejor imagen; o tienen más tiempo para dar sus opiniones que otros. Y ahí cae la farándula, los partidos políticos, el Gobierno, los empresarios, sectores acomodados, etc. Y la gente tiene muy claras ciertas opiniones y cómo ciertos grupos también están sub-representados. O ciertos grupos tienen una imagen muy mala.

Ahí hay un consenso enorme, digamos, respecto de cómo son representados en la televisión.

Es decir, entonces tenemos una audiencia que nos podría dar clases a nosotros. Y cualquiera nos podría dar clases de qué es lo que es una televisión de calidad, porque recordemos también que hay concesiones, que son concesiones en que hay un espacio radioeléctrico, que el Consejo las dio. Me refiero sobretodo a la televisión abierta. No es el caso del cable. Entonces hay cierta responsabilidad social.

Por otro lado, hay una audiencia crítica. Sin embargo, no hay grupos que digan: “Bueno, yo no voy a comprar el jabón Copito porque está poniendo tal programa”. Y tienen muy claro que si bien se entretienen con muchos programas de humor, de repente hay dos o tres grupos sociales sobre los cuales se hace humor. Aparte del doble sentido, que es el típico humor chileno.

La gente tiene alguna conciencia, pero llega hasta ahí no más. Entonces, también, no es culpa de la televisión o de los empresarios; de los avisadores, que de repente estemos dando televisión que no es de muy buena calidad, porque nadie tampoco hace nada.

Entonces, bueno, yo creo que ahí, hay un conjunto de factores que debieran de alguna manera, triangularse.

Entonces, todos debiéramos tener en ese sentido, un rol que jugar. Y por otro lado, en el people meter, claro, se mide por ejemplo la audiencia infantil. A ello me voy a referir porque acabamos de hacer un estudio con niños entre ocho y trece años. Y ahí es interesante el cambio cultural que ahora, por ejemplo, está promoviendo la UNICEF, con todo el tema de sus nuevas estrategias.

Y dice: “Bueno. Chile no es un país que está viviendo los problemas de Afganistán o de Angola. Claro, no es un país así, pero, sin embargo, hay un problema cultural que impide los cambios; e impide que de repente, leyes o tratados internacionales sobre la infancia, y lo mismo pasa en otros temas, sean meros enunciados y que en la práctica, no funcionen. En los Tribunales de Justicia o en otras partes”. Hablando del abuso infantil y de otros, que han estado justamente, tan tratados en la televisión.

Entonces, ahí, hay muchas cosas que nos llevan a un temor o a un conservadurismo, en nuestra manera de ser; o a un temor al ridículo o una vergüenza, que nos hacen participar poco. Y eso no pasa con los niños.

Cuando nosotros encuestamos a los niños y hacemos que den su opinión, no solamente a través del rating, sino que además cualificando más su opinión; ellos también tienen mucha opinión de cómo son representados, dónde. Y en ese sentido, tienen mucha más capacidad que los adultos, para ir a la acción. Y cuando uno los llama para que hagan algo en la Teletón; o montón de otros temas, como las campañas sociales, por ejemplo, van muy rápido a la acción. Y eso en el adulto es mucho menor.

Entonces, creo que hay un momento donde nosotros, en Chile, por nuestra cultura, como que nos vamos de alguna manera echando para atrás en esta participación social, donde a través del mercado y a través de otros instrumentos, sí podríamos llegar a por lo menos desarrollar algunos cambios que serían importantes para la televisión, sabiendo que sí tiene una responsabilidad social.

El rating de los noticieros, por ejemplo, es súper alto. Pero la gente es súper crítica, también. Entonces hay cosas que se podrían mejorar. A pesar de que llevan un camino recorrido donde se ha mejorado mucho, como dijo Valerio".

Sr. Sergio Godoy, Instituto de Estudios Mediales UC

“Yo creo que este debe ser como el treintavo encuentro para hablar sobre la calidad de la televisión; o de este tipo de temática.

Entonces, para evitar repetirse, es muy importante, primero que nada, reconocer que este tema es contradictorio. Necesariamente en esta discusión va a haber opiniones contrapuestas. Y, de repente, uno está hablando de peras; y otro, de manzanas. Entonces, de esa forma no se avanza.

Y por ende, la verdad de las cosas, yo estoy cada vez más convencido de que hay que ubicar la discusión con respecto a esa matriz que yo les comenté al inicio de la intervención, porque creo que realmente puede ayudar. O sea, que se ponga el gerente de programación a discutir con un teórico que defiende la televisión pública, no vamos a llegar a ninguna parte. Entonces, tiene que ver muy claro con qué rol social cumple cada uno de ellos y en qué nivel de discusión se está haciendo. A nivel de sistemas, programa, canal, etc. Primera cosa.

Segundo. Yo creo, que la importancia es brutal. ¿Por qué? Porque a parte de lo que mencionaba José Antonio Camacho, la televisión, efectivamente, es de acceso universal; pero la radio también. Y yo creo que nunca, ni la televisión de pago, ni Internet, van a ser capaces de llegar al nivel de cobertura e influencia social, por lo menos, en los siguientes -me atrevo a decir- veinte años. Nivel de cobertura 100% en todos los hogares, y teniendo varios receptores en el hogar.

Lo que sí, yo creo, es que la discusión de televisión tiene que ser menos centrada en televisión. Por ejemplo, ver qué pasa en radio. La radio, en estos momentos, tal y como está representa cómo sería un mercado totalmente regulado. Mil cuatrocientas emisoras, son unos seiscientos operadores. Emiten lo que quieren. Y hay unos que hacen cosas muy buenas; y otros, que hacen brutalidades "caballas". No hay supervisión.

Hay mucha gente que ha estado atacando al Consejo de Televisión. Y claro, cuando quieren hacer lo que se les ocurre en gana. Claro. El lobby de la radio fue capaz de modificar la Constitución el año 1989 para sacar la radio de la regulación. Resulta, que la Constitución decía el '80, Consejo Nacional de Radio y Televisión. Y súbitamente, aparece Consejo de Televisión, no más. Claro.

Y ahora que han llegado los Consorcios, se han quedado absolutamente desprotegidos. Entonces, el Consejo por un lado tiene este rol antipático, a veces, de controlar; pero también proteger y fijar ciertas pautas.

Sin embargo, también, hay otro tema muy importante. Y que en ese sentido, "no es culpa de chanchito; sino de quién le da el afrecho". Esta cobertura universal y de accesos al consumo, muy alto, y que está básicamente medido a través del people meter, conlleva una brutal y terrible injusticia social además. Excluye al Grupo E, que es tan pobre que no puede comprar los bienes publicitados.

Luego, el principal indicador de lo que la gente quiere; es de demanda. Es decir, una necesidad acompañada de plata. Pero hay un grupo de gente, 17% -creo, que ha disminuido a 15%- en nuestro país, que no está incluida en ninguna medición de audiencia. Por mucho que se mejore el people meter. Y en vez de cuatrocientos cincuenta, va a aguantar ahora, creo que seiscientos cincuenta. Por mucho que en radio se midan diez mil casos en Santiago, etc. Pero se excluye al Grupo E, que es muy pobre.

Luego, hay un paradigma detrás, que hay que modificar. Y eso no es culpa de Elías Selmann ni tampoco es culpa de las empresas ni de los canales que se dedican a eso. El Consejo de Televisión, de repente podría preocuparse de medir que es lo que pasa con el Grupo E. De hecho lo está haciendo, pero si sé que lo hacen, deberían de repente preocuparse también, más de eso, en particular.

Yo creo que también la medición "on line", en particular. El hecho -que decía Elías- que sólo dos países lo tienen. Y no es precisamente el país que inventó el people meter; yo, creo que refleja que el "on line", le conviene a Time. No a los canales.

Si uno conversa con los ejecutivos de televisión; ellos se angustian espantosamente con esto. Y en ese sentido, si un canal lo tiene; todos los demás lo van a querer. Ahora, si Juan Carlos Altamirano quisiera salirse de eso. ¿Lo harías o no? No. Ni loco. Por supuesto que no.

Ahora si nunca hubieran presentado el "on line", primero. En ese sentido, "pisaron el palito" y se están dejando caer en la tentación. Y en ese sentido, bueno; así es la vida, no más.

Ahora, frente a esta situación, yo creo que son las lógicas que hay. Me parece que desde un punto de vista, estrictamente de lógica de mercado; creo que está bien que Time, les haya puesto esa cuestión, porque es su negocio. Si ustedes "pisaron el palito", es culpa de ustedes. Pero yo creo que hay oportunidades para cambiar esta situación.

Yo creo que Valerio apuntó a una cosa sumamente interesante, que es la manera que se ha hecho más transparente el debate.

Efectivamente, porque nuestra ley de televisión es lo más penca que hay. Mediocre. La verdad de las cosas es que fue creada con esta mentalidad, digamos, "setentesca", "ochentesca", de la comisión respectiva: la comisión Ortúzar. Y que plantea

básicamente un repertorio de contenidos, que ojalá, se ensalzaran. Básicamente, en la línea de tradición-familia-propiedad.

Y cuando llegó la Concertación al poder, y vino la modificación legal correspondiente, se añadieron unos temas, digamos, políticamente correctos. Como el medio ambiente, la democracia; y no sé, qué más. Pero en la práctica, eso, poderlo impulsar activamente, es difícil que la ley lo controle.

Por lo tanto, nuevamente hay que redactar más bien, un repertorio de contenidos a sancionar.

Como al Consejo eso no le gusta y no le gusta la ley, se han ido por el lado de los estudios. Menos mal está aquí Dolores. Y han hecho una pega bien interesante, pero, la ley es muy mala. Y nuestros legisladores son particularmente ignorantes al respecto.

Hubo una discusión hace unos años atrás. Cuando el diputado Krauss empezó a hablar de lo mal que estaba la televisión. A propósito de que lo ofendió Luciano Bello, aparentemente. Ese personaje.

Y cuando fuimos al debate que hubo en el Congreso ningún parlamentario dijo "ni pío". Los únicos que hablaron fueron René Cortázar, Jorge Navarrete, Jaime de Aguirre, Rodrigo Jordán. Y un par de profesores de Literatura que hablaron pestes contra la televisión, obviamente. Y esa fue la discusión parlamentaria.

Los señores parlamentarios, mutis. No dijeron nada. Si pensaron algo, se lo guardaron para ellos. Frente a eso, yo creo que también hay una cosa que ha hecho el Consejo de Televisión, bien válida.

Yo les mencioné que parte del paradigma de cómo funciona la televisión, tiene que ver con la fuente de financiamiento. El Consejo de Televisión tiene este fondito miserable. El Fondo Pro, que ha dejado de ser tan miserable, como antes. Y yo creo que el impacto de ese fondo, empezaría a notarse más aún; si fuera de la magnitud de una telenovela. Y eso lo planteé en ese momento, en ese debate parlamentario.

Ese Fondo Pro, ya está empezando a provocar efectos; a través, por ejemplo, de 31 Minutos. Ya está acercándose al millón de dólares. El costo de una telenovela es como cuatro o cinco millones de dólares.

Si ese fondo llegara a ese monto, posiblemente, ya empezaría a provocar efectos gatilladores; a propósito del sistema de competencia que hay.

Sin embargo, implica una discusión. Como por ejemplo, decir "bueno, de dónde sacamos esa plata". Bueno, dejamos de tapar carreteras, dejamos de financiar la educación; o, ¿se la sacamos al teatro municipal? O, ¿se la sacamos al FONDART, que son cinco o seis millones de dólares? El Teatro Municipal se lleva otro tanto.

Entonces, los directores de empresas van al Teatro Municipal y se abonan. Y por supuesto, que no van a querer que se destinen esos fondos públicos a la televisión, quizás. Por lo pronto, ahí hay una discusión interesante.

Segundo: viene el tema de la regulación de la televisión digital. Hubo una propuesta que hicieron el Consejo y la SUBTEL que para mí lo considero lo más fresco que hay.

Así, como si nada, se desliza: "Bueno, los actuales operadores obtendrán concesiones de televisión digital gratuitas. Y no solamente es una concesión equivalente a la actual; sino que un ancho de banda equivalente, donde pueden operar cinco señales". A mí me parece que deslizar esa cuestión, es como decir: Señores, digamos, sin ofrecerles ninguna compensación. Acuérdense que los canales -ojo, Lola, que tú dijiste "los canales ocupan una concesión".

Hay canales que tienen concesiones perpetuas. Lo cual es irregular o, por lo menos, no es aceptado en países que llevan más tiempo en esto, digamos. En discusiones más abiertas, entonces, los canales actuales, previos al noventa, tienen concesiones perpetuas.

Y posiblemente, van a querer que la discusión no sea muy transparente para obtener concesiones perpetuas y sin condiciones, cuando venga el cambio digital.

La verdad de las cosas, el último factor que yo quisiera mencionar, que es una oportunidad para el cambio, es este cambio tecnológico, que se está produciendo en virtud de la digitalización.

Sin embargo, yo quisiera llamar la atención, sobre que no centremos esa discusión, en torno a los bits y bytes. Porque hay muchas compañías e intereses económicos -como bien, mencionó Valerio-, que están tratando de "vendernos pomadas". Si es Microsoft va a tratar de vendernos que el computador y la Internet son la solución a todos nuestros pesares y nuestras penas. Si son las compañías de telecomunicaciones van a hablar del tema de la banda ancha y etc.

Entonces, yo creo que más bien hay que ponerse a pensar en términos humanos; y, básicamente, en modelos de comunicación, porque yo creo que por mucho que cambien los soportes tecnológicos; básicamente, hay tres modelos de comunicación, en que están involucradas las telecomunicaciones. Me refiero a la telefonía, en fin, televisión abierta y los medios de broadcasting, como radio e Internet.

La televisión abierta y los medios convencionales usan la figura llamada "el uno, a muchos" o "broadcasting" en inglés, que es un emisor centralizado a una masa, relativamente, pasiva de usuarios. Y eso, se valora.

Yo creo que va a llegar la digitalización, tarde o temprano. Pero es muy agradable que haya un señor como Juan Carlos Altamirano, que me consiga los mejores programas, negocie con los pobres productores independientes para que lo hagan lo mejor posible, lo más barato posible. Y yo, usuario, me siento en mi casa, aprieto un botón y veo algo que me agrada.

También eso se puede complementar con el modelo de "muchos a uno", que es el modelo en Internet. Es decir, el usuario que en otro soporte, va a empezar a buscar, activamente, un menú de consumo. Pero, es una actitud corporal y mental diferente; sentarse a ver la tele y apretar un botón.

Y por último, está el modelo de comunicación "uno a uno", que es de las telecomunicaciones.

Entonces, cerrando, para no enredar la cosa. Primero que nada, la discusión tecnológica, por favor, todos ustedes que están acá, no se enreden con los bits y bytes. Y, ojalá, pueda ir dentro de este esquema de sistemas y perdonen por alargarme tanto.

Sr. Elías Selmann, Presidente del Grupo de Estudios Time Ibope

- "Bueno. Primero, la verdad es que lo que quiero hacer; es hacerme cargo un poco, de algunos comentarios, que dicen relación con lo que yo hago.

Creo que en la exposición del provocador Valerio, estoy muy de acuerdo con que las telenovelas chilenas, los noticiarios; incluso, la denuncia que es lo que estamos viendo hoy día, constituyen progreso dentro de la televisión.

Y yo, modestamente, quiero decir que de alguna manera creo que los progresos tienen que ver con que hay medición de audiencia, con que hoy día pueden ver los rating minuto por minuto. Y por lo tanto, pueden tener una estructuración de contenidos, más de acuerdo, con lo que la gente quiere. Y yo creo que hay que confiar un poco en la gente.

De repente, yo escucho opiniones, acá que me sorprenden. Es como que la gente es inculta, no sabe lo que quiere, quiere basura. Entonces, ¿qué queremos? ¿Un grupo de intelectuales, planificando nuestra vida y diciéndonos, qué es lo que es bueno y qué es lo que es malo? Yo pienso, que tengo un poco de desconfianza hacia un modelo basado, digamos, de una forma, en ese sentido.

Ahora, se dijo acá, por ejemplo, que cuatrocientos cincuenta casos era una provocación. Y que en Colombia, hay novecientos. Bueno, hay más ciudades. Se miden varias ciudades. Porque Colombia es un país distinto a Chile. Tiene Medellín, Cali, Barranquilla y Bogotá, que son casi todas, del mismo nivel.

Entonces, a mí no me invitaron acá para dar una clase de estadística, pero quiero decirte que cuatrocientos cincuenta, es suficiente, que los errores asociados a cuatrocientos cincuenta casos, para los totales, no superan el 3%; que más que con la cantidad de casos. Lo bueno del people meter es que mejora o vino a mejorar el principal error que tenían los estudios de audiencia, que no era por la cantidad de gente entrevistada, era porque entrabas a una casa y preguntabas lo que la gente estaba viendo.

Y sin duda, eso sí que es una fuente de error importante. La gente va a decir lo que debería verse y no lo que realmente está viendo, etc.

Entonces, para que sepas, en los Estados Unidos hay cuatro mil familias con people meter. Y se reportan por estados, por ciudades.

O sea, yo no creo que las grandes ciudades de Estados Unidos tengan más de seiscientos casos. De manera que creo que podría defender estadísticamente, que cuatrocientos cincuenta casos; sí reflejan correctamente lo que hace, por lo menos, toda la población de Santiago, que es lo que medimos.

Ahora también, alguien decía "la televisión, no se puede guiar por el mercado". La verdad, eso a mí no me compete. Creo que es una decisión política, cuál va a ser la manera, la forma o el modelo de televisión.

Sin embargo, todo hace ver que el modelo de televisión comercial es el que está imperando. Incluso, Europa, que es el modelo que copió al inicio Chile, es un modelo que ha estado perdiendo valor. No sé si eso sea bueno o malo. Simplemente, es lo que ocurre.

También dijo Patricia que nosotros hacemos un negocio. Y que la televisión hace negocio. Yo creo que como decía Valerio también, no podemos demonizar a las personas que hacen negocios. Yo creo que sí, nosotros hacemos un negocio, en la medida que encontramos, que cumplimos y llenamos una necesidad, que es que se mida el rating.

Otro comentario sobre “on line”. Es verdad que “on line”, lo inventamos acá. Y voy a explicar por qué lo inventamos, acá y por qué no existe en otros países, especialmente en Estados Unidos. Y que si hoy día, empezara el people meter en Chile, probablemente no se nos habría ocurrido hacer “on line”.

La verdad, es que cuando nosotros empezamos a hacer el people meter en Chile, cuando ganamos la licitación, un poco ingenuos, a pesar que sabíamos que en Chile, en esa época la penetración telefónica no superaba el 25%, y los datos se transmiten por teléfono. En Estados Unidos y en todas partes. Fuimos a la compañía de teléfonos y dijimos: “Oiga, me da quinientas o cuatrocientas líneas de teléfono”. Y me quedaron mirando, diciendo: "éste está loco".

No había líneas de teléfono, disponibles. Entonces, desarrollamos un sistema inalámbrico, para transmitir los datos. Y, como es inalámbrico y es propietario; entonces, está disponible todo el día para nosotros.

Una línea de teléfonos, de una familia, que es lo que se usa en Colombia, en los Estados Unidos; en todas partes.

Nosotros para transmitir la data, la usamos por la noche, cuando la familia no la usa. pero al tener un equipo de radio, transmitiendo los datos, lo tenemos todo el día. Y si lo tenemos disponible todo el día; entonces, todo el mundo puede estar mirando el rating “on line”.

Yo creo que sí va a haber rating “on line”, en los países donde no lo hay, porque, hemos estado, incluso en conversaciones con ellos, porque, la tecnología inalámbrica, sí lo permite, a un costo más barato hoy día.

Y finalmente, la exclusión del Grupo E. Yo pienso, sinceramente, que debería incluirse el Grupo E. No es una decisión que nosotros tomamos. Es una decisión que

formaba parte y ha formado parte siempre, de la convocatoria y de las bases de la licitación. Y sin duda, no es lo que ocurre en otros países.

En Colombia, se miden todos los grupos sociales. En Perú, medimos todos los grupos sociales. Lo mismo en Brasil. De manera que también es algo que podría corregirse. Y que efectivamente no es una competencia nuestra, por ahora. Eso es todo".

Sr. Cristián Leighton, Productor independiente:

- "Trataré de ser lo más breve posible, porque creo que los provocadores agregarían cosas bastante importantes. Y algunas personas del público.

Bueno, a lo mejor no vale la pena definir calidad. Hemos renunciado desde el comienzo a definir calidad; o a luchar por definirla.

A mí me parece interesante preguntarse por lo que realmente es la calidad. Creo que tiene que ver -en el caso, como decía alguien, aquí- de acuerdo al lugar que se ocupa, y de acuerdo a una cierta relación con el contexto.

Si tratamos de avanzar en ese tema, creo que hay que bajarla de su abstracción, y tratar de ponerla en niveles más concretos. Y eso, tiene una traducción, yo creo, en el quehacer de la televisión.

Tanto los canales, como las productoras independientes, etc., o sea, hay conciencia de que hay parámetros en los programas, dependiendo del género, hay parámetros. A un informativo, por ejemplo, se le exigen ciertos parámetros de veracidad, rigor, investigación, etc. A otros, se le exigirá calidad artística, etc.

Hay ciertos parámetros, que yo diría en el último tiempo, creo constatar no solamente por mi experiencia sino que por la de otra gente que trabaja tanto en la producción independiente, como dentro de los canales, se ha ido deteriorando. Deteriorando ostensiblemente.

O sea, hay una baja en el lenguaje, en los niveles de articulación de los lenguajes audiovisuales. Hay una baja en los niveles de contenido. Yo, siendo por supuesto relativo, disiento de Valerio, en el sentido de que ha mejorado la calidad de los informativos y de las teleseries. Para mí, el sistema de los informativos, y de su capacidad para entregar o indagar ciertos temas. A mí, me parece que hay ejemplos, que ocurren a cada rato.

Al señor dueño de Líder se le ocurre llamar a los directores ejecutivos de los canales de televisión, y decide que los canales no cubran una noticia. Eso es "pan de cada día". Interviene de esa manera y se prohíbe dar una noticia. Van ocurriendo estos ejemplos.

Por otro lado, las teleseries. A mí me parece que mejorando su elaboración, su factura técnica, su puesta en escena, su valor actoral, por decir algunas cosas, creo que sigue siendo una verdadera caricatura, una verdadera maqueta. Ahora hay mejores o peores maquetas. Y por maqueta, yo me quedo con 31 Minutos.

Si vamos a hacer monos de verdad, quiero referirme, por último, a ese tema. No deja de tener un cierto sentido, el éxito de ese programa. En la mañana se hizo alusión y ahora también a este programa. Y conversando con los realizadores, más de alguna vez en el último tiempo, y quiero traducir un poco la sensación, la verdad es que el hecho de que exista 31 Minutos, y lo quiero decir en buen chileno, por favor, "es un rajazo".

Afortunadamente, no hubo ningún ejecutivo que a última hora decidiera interponerse más a esa ejecución. Se hizo gracias a que existe este fondo, pero no a la convicción sobre la idea y sobre los realizadores. Me consta todo lo que estoy diciendo.

Entonces, creo que ha ido bajando el nivel de la calidad de la televisión chilena. Yo diría que hasta hace unos años hubo alguna idea de que estas cosas podían mejorar. Creo, que en Televisión Nacional, se hizo un esfuerzo importante, en ese sentido. Juan Carlos está presente. Él también fue parte de eso. Pero creo que en los últimos años ha habido una baja, ya a nivel bastante homogénea de la oferta en la parrilla.

Creo que no depende solamente de una persona. Por supuesto que depende de una situación marco, donde inciden un montón de cosas y que, por lo menos, yo creo que hay una cierta conciencia de que eso es constatable, por lo menos, a nivel del ánimo de quienes tratamos de hacer televisión. De los mismos ejecutivos de televisión que yo los veo más resignados con ese tema.

Y también, por ejemplo, yo he sido testigo un poco de eso: cuando a un programa cultural le va mal; es una verdadera tragedia por haber botado la plata. Pero cuando a un programa más burdo le va mal; no es tan grave.

Entonces, lo pongo como tema".

Intervención del Público

“ Me llamo Francisco Ojeda. Tengo la sensación, digamos muy clara, de que en el último tiempo, al margen de las excepciones en cuanto a calidad, el camino de la televisión chilena, es un poco "pan y circo".

Y, la sabiduría popular, ha acuñado esa frase de "pan y circo" porque sin duda que el circo en la época romana tuvo el máximo de audiencia y el máximo de rating.

Entonces, yo creo que es esencial separar rating de calidad. Absolutamente, esencial. Los criterios son otros. Y hay que formular la forma de investigar qué es calidad, tomar opiniones. O sea es materia del Consejo Nacional de Televisión, de los teóricos de los medios de comunicación, pero creo que es necesario extenderse en un punto que fue mencionado y no suficientemente.

Cuando se habla de mil cuatrocientos radios, puede haber incluso más, creo, o puede haber todos los periódicos que alguien quiera imprimir; o diferentes marcas, pero caben solamente seis canales, con esfuerzo generalmente cinco, en un espacio radioeléctrico, en una región.

Y por esa lucidez, digamos de los imperfectos legisladores iniciales, se pensó en algún momento que había que dárselo al Estado, uno; y a los canales universitarios de televisión, también, porque era obvia la intuición o la lucidez de la responsabilidad social.

Cuando hay solamente seis canales, hay que cuidar, digamos, lo que pasa por esos seis canales.

Es curioso que en la mañana, no estaban Megavisión y la Red; porque la verdad, ellos compraron las frecuencias. Y tal vez no tengan que darle explicaciones a nadie, por poner "basura" adentro de la frecuencia que compraron.

Pero yo creo que los canales que recibieron las frecuencias gratuitas y a perpetuidad, tienen que responder por eso, sobretodo si ahora tienen números azules".

Intervención del público

- " Mi nombre Pablo Alvarado. Soy periodista y trato de ser realizador.

Me llama la atención ver poca gente aquí, lo que dije en la mañana, de los "obreros de la televisión", gente que está todo el día lidiando con el people meter, que a las doce de la noche se va a su casa deprimida si marcó nueve puntos, o se va eufórico a tomar unos tragos al Liguria porque marcó treinta. Y esa gente que vive el día a día; y la muerte y la resurrección, todos los días por el people meter, no tiene este tiempo para las reflexiones.

Y si nos hacemos la pregunta: ¿por qué no hay calidad en la televisión chilena? no tengo claro si existe o no existe esa calidad en la televisión chilena.

Yo creo que primero deberíamos hacernos la pregunta por qué no hay reflexión en la televisión chilena antes de la calidad. ¿Porque si no existen los espacios para preguntarnos, los que hacemos televisión, qué televisión estamos haciendo?

No los teóricos. Perdónenme. Yo los respeto mucho, saben mucho, han estudiado mucho, pero no son los que están enfrentados a un people meter "on line" todos los días; tomando decisiones tale como si voto la noticia del obispo porque me va a "guatear" el noticiario, y si pongo a la Marlene Olivari en un Mall, inaugurando una cosa; porque me va a subir el noticiario.

Esas son las decisiones que se tienen que tomar. Y esos son los logros que el señor Selmann, dice que ha dado el "on line". Me parece que sí. Le ha dado agilidad.

Y usted dice: salieron los comentaristas. Pero también perdimos la cosmovisión porque antes, había alguien, me gustara o no, que me podía decir: "Mire, el mundo es esto. No es sólo lo que a usted le están mostrando las imágenes."

No sé si ganamos o perdimos con eso. Bueno, pero no importa. Se dio el ritmo. Y cada día hay menos espacios donde la gente pueda hacer un espacio de reflexión.

Y la televisión, si queremos pensar una televisión de calidad, primero tenemos que reflexionarla. El people meter "on line".- y yo soy un adicto al people meter, "on line", o sea, estar al aire con un people meter "on line" -

debe ser como volar un avión, porque es mucha adrenalina. Empieza a subir el rating, y tú dices: "Vamos, y dale más, que entre la orquesta y todo eso" Es cierto. Uno se envicia.

Voy a contar una experiencia muy cortita. Yo estaba a cargo de hacer la realización de Septiembre. Una serie, acerca de los treinta años del golpe. En el primer

capítulo, marcamos 14 o 15 puntos. Un día domingo, en Chilevisión. El lunes, todos me felicitaron. Todos. Desde el portero hasta el director del Canal.

El domingo siguiente, marcamos 8 puntos. Estaba malo, el programa. Al otro programa, entrevistamos a la Tencha Allende. Nadie la entrevistó, para los treinta años del golpe: marcamos 7 puntos y algo. Estaba débil el programa.

Hicimos lo mismo que hizo Cristián. Buscamos niños que habían nacido el 11 de Septiembre de 1973; hicimos un trabajo de investigación. Y eso, a nadie le importó. Ni a los auspiciadores.

Entonces, tú ¿a que llegas después? ¿qué decisión vas a tomar?

Te dices: tengo que poner sangre.

Yo he acuñado la frase de que antes, la televisión era "una fábrica de salchichas". Hoy día, es una "fábrica de prietas: cebolla y sangre".

Intervención del Público

- "Mi nombre es Francisco Berríos. Se habló de tantas cosas. Tiene tantas aristas, esto de la calidad, que es difícil centrarse. Pero voy a ir al punto.

Yo creo que estamos sumamente lejos de obtener televisión de calidad aquí en Chile. Es difícil definir calidad, sobretodo en la televisión, un producto intangible. ¡Si ya es difícil, en un producto tangible...!

Pero la pregunta mía, es la siguiente: ¿Está usted, dispuesto a pagar por un programa de televisión chilena? No sé quién estaría dispuesto a pagar por ver Mekano o por ver Vértigo, o Ciudad Gótica. No sé. ¿Alguien está dispuesto a pagar? Que levante la mano. ¿Sí? ¿Por qué programa pagaría usted, señor?"

Interrupción del público

- " Yo, creo que esa es la gran mentira de la televisión. De hecho lo pagamos. Todos pagamos por ver televisión. La gran mentira en la que se fundamenta el sistema, es que la televisión es gratis. La televisión no es gratis. La estamos pagando. Ahora, ¿por qué aceptamos creer que es gratis? Esa es la gran pregunta".

Continúa el anterior interventor

- "No, pero yo voy a algo sencillo. Está bien lo que usted dice. Pero ese es un tema mucho más complejo. Discovery Channel, ¿es un canal de calidad?"

Nueva interrupción de la persona anterior

Vivo en la Tercera Región. Sólo puedo ver Televisión Nacional y Canal 13. Nada más. Pero estoy seguro de que pago la televisión, de todo lo que no veo, cada vez que compro una Coca Cola, cada vez que voy al banco, cada vez que tomo una cerveza".

Continuación del primer interventor

- "... va en el costo de los productos. Así es que está extremadamente equivocado. Todo, todo, lo pagamos los consumidores. Absolutamente todo".

Está muy bonito lo que usted dice, pero mi punto es por la televisión se paga. Hay televisión que es el cable que uno paga. Y uno, ¿por qué paga? Porque es televisión de calidad. Uno paga tres o cuatro canales. Paga el Sony, paga el Discovery Channel, paga las películas, pero no más.

A lo que yo voy, es muy cortito. El día en que en Chile, alguien esté dispuesto a pagar por un programa; recién vamos a tener televisión de calidad. No digo que se va a acabar la televisión gratis. La televisión gratis va a seguir, pero va a ser lo más malo. Si uno quiere ver un programa de calidad, tiene que pagar".

Intervención del Público

- " Me llamo Augusto Góngora. Trabajo en Televisión Nacional. Quisiera plantear un par de cosas.

Tengo alguna discrepancia con lo que plantea Pancho Gedda.

El Mirador o los Patiperros; o los ciclos de cine chileno han sido, evidentemente, una programación de calidad, que ha obtenido un buen rating. Y no ha tenido que ser subsidiado por nadie. El cine chileno en televisión, porque el cine chileno en televisión le ha aportado utilidades a Televisión Nacional.

Entonces, yo creo que es muy importante no separar el tema del rating, de la calidad, porque en la medida que los canales tienen que autofinanciarse, evidentemente, tienen que tener un mínimo sentido de obtener rating.

Yo no le tengo susto al rating. Lo que me preocupa es con qué armas conquistas un buen rating. ¿Con chabacanería, con vulgaridad o con calidad?

Y esta sociedad chilena ha demostrado que cuando le ofrecen programas de calidad, hay buen rating. Los programas se autofinancian y, además, producen utilidades a los canales de televisión. Una primera cosa.

Una segunda cosa que quiero plantear, es que yo creo que las personas que trabajamos en televisión siempre tenemos una disyuntiva, que es extraordinariamente compleja, y que no siempre es fácil de resolver, pero que incluso, yo creo que tiene algunos alcances éticos.

Uno tiene que decidir cuando trabaja en televisión, si se dedica a producir audiencias o se dedica a producir programas de televisión. Es decir, contenidos que aspiran a tener una buena audiencia. Son dos maneras absolutamente distintas de hacer televisión.

Producir audiencias, es decir: Ya, voy a poner veinte millones en éste programa; ya sé qué le tengo que poner; ya sé cuál es la pilucha, cuál es el chisme de la farándula que pongo; cuál es la otra cosa que pongo. Eso me cuesta veinte millones. Recaudo cuarenta. Gané veinte. Estoy haciendo una televisión magnífica. Invertí veinte, entraron cuarenta. Casi el 100% de recuperación.

Eso es producir audiencia. Y yo creo que lamentablemente la industria de la televisión chilena está enfatizando por la vía de la práctica: producir audiencias más que producir programas de televisión.

Y a mí me parece que ahí hay que tomar la decisión de producir programas de televisión que aspiren a tener una buena audiencia.

Si tener una buena audiencia y tener buen rating no es pecado, pero es distinto por qué vía llego yo.

Y yo creo que la gran crisis en este minuto de la televisión chilena es que está produciendo audiencias. En el fondo, si lo ponemos más duro, es como casi una trata de blancas, un tráfico de personas.

Si a un auspiciador con estos veinte millones de pesos, yo le pongo tres millones de personas; le vendo estos tres millones de personas, que cuando usted lance su spot publicitario, van a estar mirando su producto. Esa es una manera de hacer televisión.

Y hay otra manera de hacer televisión. En que a mi juicio el rating y la calidad son absolutamente compatibles. Y yo creo que evidentemente falta disciplina, falta rigor, falta creatividad; y sobra pereza, sobra facilismo, a mi juicio, en la televisión.

Porque al mismo tiempo si uno decide producir audiencias o producir programas de televisión, uno tiene que elegir a quién le estoy haciendo televisión. ¿Le estoy haciendo a una persona que sólo la veo en su variable de consumidor? El tipo que va a ver el letrero de Nescafé y al día siguiente, va a ir a comprar diez Nescafé; o ¿le estoy haciendo televisión al ciudadano? Y, por lo tanto, tengo que hacer una televisión ciudadana; y, por lo tanto, obviamente una de las facetas del ciudadano es ser consumidor. Y consumidor de productos. Pero, es una de sus facetas.

El ciudadano también es padre, es hijo, es hermano, es autoridad, es profesor, es universitario; participa en debates, etc.

Entonces también yo creo que ahí hay una cierta dimensión ética. ¿Hago televisión sólo para consumidores o hago televisión para ciudadanos, que además son consumidores y está bien?

Por otra parte tú, Elías, planteabas una cosa que a mí me resulta inaceptable, porque creo que no son los términos del debate.

Porque cuando tú dices: bueno, pero ¿por qué les tendríamos que hacer caso a una manga de intelectuales que nos quieren decir cómo tiene que ser la televisión? Yo podría decir: ¿Y por qué les tendríamos que hacer caso a una manga de comerciantes que lo único que persiguen es tener utilidades? Pero si planteamos los casos en esos términos, no nos vamos a entender nunca.

Yo admiro a los empresarios, me encanta la capacidad empresarial; creo que hacen un aporte en éste país, pero planteado en esos términos de descalificación, si descalificamos a los intelectuales, aquí nos podríamos descalificar entre todos.

Yo creo que si nos juntamos a conversar es precisamente para que nos tratemos de entender, y, al mismo tiempo, seamos muy leales con nuestras diferencias, pero no por la vía de la descalificación. "¿Por qué le vamos a hacer caso a una manga de intelectuales?". Y, yo diría ¿y por qué no?

Voy a terminar, y después tú me podrás replicar.

Y, finalmente, el tema de calidad. Siempre escucho "No, no discutamos el tema de la calidad. ¿Por qué no discutimos, el tema de la calidad? No, porque es muy difícil de definir".

Y es como si dijéramos: a ver, ¿es fácil de definir el amor? No, es muy difícil. Ya. Entonces, no nos amemos, no nos casemos, no tengamos hijos, no hagamos el amor; porque, el amor es indefinible.

El tema de la calidad, el tema del amor, lo aprendemos amando y siendo amados; el tema de la calidad, lo vamos a aprender también discutiendo y haciendo.

Y yo creo, finalmente, que aquí se pueden fijar parámetros de calidad. Yo no digo que haya que fijar una especie de reglamento autoritario de qué es calidad. Primero. De la calidad no estamos hablando -porque eso ya pasó-: Oye, que se veía bien el "mono". Que se escuche. Cuando hablamos de calidad, no estamos hablando de un formalismo técnico.

Ya estamos todos, más arriba de eso; ya superamos esos estándares de calidad. Cuando hablamos de calidad, estamos hablando de calidad editorial. Y de la calidad editorial, se puede discutir, se puede conversar; se puede llegar a acuerdos, se pueden unificar criterios.

Si un programa informativo es unilateral; yo digo que tiene un bajo nivel de calidad, un bajo nivel de calidad editorial. Si un programa informativo, entrega pura información; pero no lo contextualiza, yo creo que es un programa de baja calidad editorial. Si un programa, frente a un tema polémico donde hay distintas sensibilidades: aborto, divorcio, etc., utiliza una sola fuente y por lo tanto, entrega una sola aproximación a un tema polémico, ese programa tiene baja calidad.

Y, por el contrario, cuando un programa no es unilateral, sino que es pluralista, que es leal, que hace "fair play" con el público; cuando la información está debidamente contextualizada para que el espectador pueda entender el fenómeno y no solamente el hecho aislado; y cuando yo manejo, lealmente también, una diversidad de fuentes de información: estoy haciendo una televisión de calidad.

Muchas gracias".

- **"Bien. No sé, si los provocadores sienten que su tarea ya fue cumplida, al poder generar este debate; o quisieran agregar algo. ¿Sí, Patricia?"**

Sra. Patricia Castaño, Miembro de Public Television Input de Colombia:

- "A mí me salen "letreros en la frente", como provocadora.

Frente a don Elías quiero, primero que todo, explicarle que parte del problema es que usted es el único que representa aquí en este debate, a quienes han armado el modelo del mercado. Entonces, usted se iba a llevar desde luego, las peores reacciones, porque en tanto que el modelo, lo hemos convertido, usted es una maravilla.

Todo lo que dijo, lo suscribo. No podemos pretender que esa frase que esta mañana también se dijo y fue desvirtuada: de que la gente, en su sabiduría... No.

Yo venía leyendo ahora algo del Ministro Eyzaguirre. ¿Usted se imagina al Ministro Eyzaguirre, teniendo cuatrocientos hogares conectados al Ministerio, tomando decisiones sobre la economía de Chile? Eso es la gente. Y la gente tiene sabiduría y no quisiera pagar impuestos.

Entonces, hay personas que tienen una responsabilidad y que tienen un juicio informado y que tienen que ser los que saben lo que se debería hacer con la televisión.

Y vuelvo a repetirlo: es socorrida y es lugar común la frase "una manga de intelectuales", como decía usted. Bueno. No le llame "la manga". Bueno. Pero, a un grupo de pretenciosos intelectuales. ¿No? Hay gente que tiene que saber más que otros. O si no, no estaría haciendo programas, sino que estaría sentada en la casa, viendo los programas. ¿No?

Yo sí creo, y lo defiendo "a sangre y fuego", que tiene que haber gente con criterio. No una persona; no un director de canal. Es que no se trata de que valga como voto. No. No se trata de eso. Entonces, no se trata de hacer populismo.

Yo sigo creyendo y lo sostengo que tendría que haber un distinto "para qué" en la televisión. No es culpa suya, cuando usted sintió que había descalificado el negocio. Al contrario, fue el único momento en que fui amable, porque usted está haciendo un negocio para unos señores que necesitan esa información.

Lo grave es que quienes manejen la televisión, sean los señores que venden Colgate porque la verdad es que en estos momentos estamos haciendo una televisión para los señores que venden Colgate. Ellos son los que están definiendo la programación; ellos son los que están definiendo los contenidos y la calidad.

Y yo a eso, me opongo. Moriré como una "imbécil", arrasada por la realidad, pero lo sigo creyendo. Entonces eso me parece que es importante.

Otra cosa. Yo sé lo que es la representatividad de una muestra. Me tocó aprenderlo, mire con lágrimas, pero sé exactamente lo que es la estadística. Lo que me parece muy grave es saber qué mide esa estadística, qué es lo que está midiendo. ¿Calidad o está midiendo que hay gente que ve unas cosas y otras no las ve? Y yo vuelvo a insistir en que eso no puede ser lo que define lo que se muestra en televisión.

No es culpa suya, usted se limita a medir, pero sí es muy grave que quienes podrían hacer otra cosa, estén aceptando que esas sean las reglas del juego".

- **"Gracias"**.

Intervención del Público

- "Yo soy Soledad Campaña. Represento a la ciudadanía. No voy a decir todos mis títulos".

- **"Pero la representa. Eso ya es bastante"**.

- "Realmente, es bastante. Hay dos puntos que quisiera tocar: uno, con respecto a lo democrática que es la televisión.

Yo creo que la televisión, hoy día, trabaja para el rating. En ese sentido, el señor ahí, no tiene culpa de nada. Él hace muy bien su trabajo para la gente que lo contrata. Pero creo que todas las televisiones abiertas de Chile son una cúpula de gente que tiene mucho poder y que cuando los llaman los empresarios para que bajen noticias, las bajan. A excepción de muy pocos canales, como es Chilevisión, donde me ha tocado trabajar, donde Alejandro Guillier no ha bajado noticia, aunque lo han amenazado con que por ejemplo, Costa no va a seguir publicitando.

Creo que les interesa un "soberano pito" lo que opina la gente. Como decía ella, la gente sí tiene una opinión; y la gente sí es crítica, pero yo no sé desde cuando en este país, les interesa ni la crítica de la gente, ni la opinión de la gente.

Las comunicaciones están estructuradas de tal manera en este país, que el "modelo Tironi", "el modelo de Enrique Correa", han funcionado perfectamente, porque, desde el "sí" y el "no"; nosotros nos hemos dejado de movilizar como pueblo.

Nosotros teníamos muchas agrupaciones, pero como pueblo chileno ya no le creemos a las agrupaciones. Ya tratamos a la Gladys Marín, como una loca, porque es la única que sigue, digamos, "pelando la papa" y "rayando la papa".

Y creo que la televisión, un pequeño ejemplo, si pone a los Protagonistas de la Fama como un gran hito, y deja de lado Al Sur del Mundo, de don Francisco Ojeda, a quien no tengo el gusto de conocer...

Los felicito si creen que están haciendo una buena televisión y si creen que están escuchando a la gente.

Yo, en Chiloé, el único aire que tenía, era ver el programa de Francisco Gedda. No tenía otra opción. Estaba haciendo un trabajo para el National Geographic. Y me parece grave que se miren el ombligo. O sea, creo que el "cuvazo" de 31 Minutos -como dijo él- fue un "cuvazo". Y que les va a costar muy caro lo que dijeron sobre la Teletón, porque, no hicieron una buena crítica de la Teletón. Y creo que eso ya les va a empezar a costar caro en la medida que tienen audiencia. Eso era. Nada más".

- "Hay una señora acá, que se retiró. ¿Un señor, aquí? ¿Hay alguien más acá, que levantó la mano? Cinco minutos. Tenemos cinco minutos. Entonces, por favor. Un minuto y medio. Su nombre, por favor".

Intervención del Público

- "Marcelo Dinamarca, Valparaíso. Seré breve. Lo dije en la mañana. Para mí la televisión es el movimiento de flujo de capitales. Y como hoy la globalización genera interdependencia y desequilibrios.

Es decir, muchos de los que estamos acá, dependemos del "mismo circo". No lo queremos decir. No sé por qué razón, no somos francos, pero la cosa es así. A todos nos sirven las máscaras.

Y lo que me preocupaba, también lo dije en la mañana, tiene que ver con que por ejemplo, es muy fácil, y de algún modo, se han abaratado los costos del acceso a la televisión. Cuesta muy poco ver televisión, pero cuesta mucho lo que venden adentro de la "cajita de Pandora".

Una persona, gana muy poco dinero, por lo tanto, tiene muy pocas posibilidades de comprarse un automóvil que cuesta siete millones. Y, desde esa perspectiva, lo que yo les pediría, creo que esta instancia es muy buena, que sirve. Y las cosas que sirven, hay que aprovecharlas, es de alguna manera, no sé si es regular; pero pensar un poco más. Y dejarse un poco de lado. Porque no creo que sea la responsabilidad, solamente de la gente que hace televisión. Creo que la responsabilidad es global. De la flojera intelectual. Esa cosa de repetir, repetir y repetir. Muchas gracias".

- **"Bueno. Me gustaría agradecer a los panelistas. Señor, tuvo todas las oportunidades de haber levantado la mano; la viene a levantar al final: todo el mundo se está yendo. Gracias, a los panelistas.**

Pienso que este debate inaugura un momento importante en Chile sobre la reflexión de la televisión. Y estoy seguro que habrá nuevas ocasiones de debatir. Muchas gracias".
