



TV: Hacia una orientación social

Un estudio que asume el punto de vista del televidente y no sólo del medio en sí, es un aporte para comprender qué ha pasado con la televisión chilena y cuáles podrían ser los caminos a transitar en el futuro.

JOSÉ NAVARRETA

La primera que destaca en *Visiones y ambiciones del televidente* (Cencos, 1987), de Valerio Fornaciola y María Elena Hermosilla, es la originalidad que tiene la perspectiva general del libro, el que abre horizontes nuevos de comprensión del fenómeno social y cultural de la televisión. El centro del análisis es el receptor —y en la forma que un particular condicionamiento vital le lleva a decodificar el mensaje— nos hace corregir la tendencia natural de quienes han trabajado en el medio a analizarlo, casi exclusivamente, desde el punto de vista del emisor y del mensaje, con un sesgo evidente, no por cierto menos real, de una cierta omnipotencia del receptor para decodificar por sí solo el efecto de su mensaje, así como de considerar que este mensaje es válido para todos los sectores del público televidente.

En contraste con esta visión lineal, el libro enseña a mirar el proceso de la transmisión de mensajes televisivos como una relación dialéctica, que considera no sólo el significado intencional que el emisor da a su mensaje, o el intencional propio de un análisis semiótico de significación por sí, sino también el significado intencional diferenciado que le da el receptor, que está siempre vitalmente situado en un contexto socio-cultural determinado.

Otro aspecto destacable es la aplicación de este punto de vista a una cantidad importante de datos

previos a esos capítulos, más quisiera decir que para mí —y muy seguro que para la gran mayoría de los lectores del libro— ellas han constituido ventanas que se abren para empezar a entender mundos tan desconocidos y fascinantes, en la especial articulación de sus percepciones culturales y en la relación entre ellas y sus prácticas comunicacionales sociales.

En contraste con lo anterior, el capítulo destinado a la *Percepción de los actores sociales*, resulta algo deprimente y un poco desilusionador. Ello, por cierto, no es responsabilidad de los autores del libro sino de los representantes de las organizaciones mencionadas. Aunque los autores concluyen, en mi opinión con mucha generalidad, que "la TV está realmente presente en la preocupación de los actores sociales y de las instancias que las organizan y representan", la sensación es que estas agencias, sea por desconocimiento de las percepciones televisivas de sus representantes o por un sesgado escepticismo sobre sus posibilidades reales de influir en el medio, tienen un largo camino que recorrer antes de llegar a ser interlocutores válidos y eficientes del mundo de la producción televisiva.

Legislación y algo más

El capítulo destinado a las formas y modalidades de orientación social de la televisión es de particular interés. El examen de las convenciones que en esta materia tuvo la Ley de Televisión, editada en

1973 por el entonces, en todos los sentidos, de las proyecciones históricas totalizantes y manuscritamente endopentes.

Más allá de la revisión histórica y el juicio sobre los períodos pasados —que no han sido, por cierto, similares— lo de mayor relevancia es lo que apunta a futuro.

Comparo en general las tesis básicas planteadas por los autores, que me parecen ser fundamentalmente dos: la necesidad de incorporar a los mecanismos de orientación social de la televisión a nuevos actores hasta ahora no representados o insuficientemente escuchados y, por otra parte, el ampliar el concepto de mecanismos de orientación para que incluya no sólo a las organizaciones de dirección y control sino también a otras capaces de conocer horizontalmente a sectores sociales representativos con los productos nuevos de programas de televisión.

Límites y niveles

Quisiera, sin embargo, revisar un punto de vista que he tenido oportunidad de defender en el pasado. No debe confundirse la afirmación —correcta— de que los actores propiamente políticos no deben ser los únicos presentes en los mecanismos de orientación de la TV, con la pretensión, no sólo ingenua sino conceptualmente errada, de intentar reemplazar el rol central de esos actores políticos por una representación más tenue, proveniente de las organizaciones sociales. Menos aún creer que los organismos colegiados serían más representativos si escarmentaran por representantes de numerosos actores sociales intervenidos en la TV.

Es necesario distinguir niveles. En lo que propiamente compete a la orientación y control globales del sistema televisivo chileno, la presencia equilibrada y pluralista de los actores políticos es imprescindible. Porque lo que está en juego es una orientación social básica en la articulación colectiva de los valores éticos socialmente predominantes y eso es, precisamente, el terreno propio e imprescindible de la representación política.

En la TV —como en todas las grandes políticas sociales— hay un papel imprescindible de las expertas, de los técnicos, de los representantes sectoriales. Ese papel debe ser institucionalmente reconocido. Pero la representación de la voluntad colectiva, de los valores sociales predominantes, del por lo tanto del cómo hacer, jamás será enajenada al mundo del poder político. Si no se reconoce así, y se organiza del modo más eficiente y



TV, hacia una orientación social [artículo] Jorge Navarrete.

Libros y documentos

AUTORÍA

Navarrete, Jorge

FECHA DE PUBLICACIÓN

1990

FORMATO

Artículo

DATOS DE PUBLICACIÓN

TV, hacia una orientación social [artículo] Jorge Navarrete. il.

FUENTE DE INFORMACIÓN

[Biblioteca Nacional Digital](#)

INSTITUCIÓN

[Biblioteca Nacional](#)

UBICACIÓN

Avenida Libertador Bernardo O'Higgins 651, Santiago, Región Metropolitana, Chile