

ENCUENTRO DE TELEVISORAS PUBLICAS, CULTURALES Y DE CALIDAD DESDE EL MERCOSUR HACIA AMERICA LATINA

**Intervención del Sr. Claudio di Girólamo, Jefe de la División de Cultura del Ministerio de Educación de la República de Chile.
(22 de junio de 2000, Buenos Aires)**

Muy buenos días a todos, queridos amigos.

Antes de iniciar mi intervención en este encuentro, creo necesario precisar algo: Yo, como dicen mis colegas en Chile, estoy prestado al Estado. Soy un trabajador del arte: cineasta, director de teatro y artista visual que, circunstancialmente, hoy trabaja en el aparato público desde la División de Cultura del Ministerio de Educación de mi país; así que es evidente que lo que diga aquí estará, de alguna manera, teñido por el punto de vista específico de mi quehacer artístico.

Estimo que, para entender un poco lo que pasa en el panorama general de nuestra televisión, es necesario hacer aunque sea un breve recuento de lo que ha sucedido en Chile respecto a la Televisión Cultural.

La televisión nace en Chile en año 1959, en los departamentos de electrónica de las escuelas de ingeniería de algunas universidades. Allí se llevan a cabo los primeros experimentos televisivos y también comienzan a estructurarse, lentamente, los canales de televisión abierta. Durante los diez años siguientes, la televisión continuó desarrollándose principalmente en las universidades DE CHILE, CATOLICA de CHILE y la UNIVERSIDAD CATOLICA de VALPARAISO. Fueron estas tres universidades, a través de las investigaciones realizadas con imaginación y audacia en sus propios departamentos científicos y de ingeniería electrónica, las que dieron forma definitiva a la televisión chilena.

Recuerdo esto porque en el año 1969, en el tiempo en que yo fui nombrado director ejecutivo del Canal 13 de la Universidad Católica, en Chile existía una situación legal muy particular, que permitía exclusivamente a las Universidades el uso de onda para instalar en el país estaciones televisivas. Lo más extraño

fue que, durante todo ese período, el sector privado no se interesó jamás en obtener la misma facilidad. Analizando este hecho desde la perspectiva de los años transcurridos desde entonces, podríamos aventurar la hipótesis de que el mundo privado no se atrevió a inmiscuirse con la Televisión hasta que las Universidades hicieran de "conejiillos de Indias". Los empresarios pudieron constatar en la práctica todos los problemas reales que se enfrentaban para mantener una programación constante que, al final del período mencionado, llegó a tener, prácticamente, 24 horas de transmisión.

Hubo entonces una primera etapa muy importante en la que, no solamente en el público receptor sino que en toda la comunidad nacional, se fue produciendo la identificación del concepto de televisión universitaria con el de televisión cultural pública.

En el fondo, ese consenso instaló una ley tácita que indicaba que la televisión debía estar exclusivamente en manos de las universidades porque eran las únicas que garantizaban su carácter y objetivo cultural. Recién en el año 1969, el Estado chileno pudo inaugurar su primera estación televisiva.

En la agenda de este encuentro, me enteré que aquí estarán también JORGE NAVARRETE de Televisión Nacional y SILVIA PELLEGRINI, de la Universidad Católica de Chile, (Navarrete fue el primer Director de la Televisión Nacional al mismo tiempo en que yo era Director del canal 13 de la Universidad Católica).

Ellos podrán complementar estas breves pinceladas acerca de ese período, después del cual llegó el momento en que, al escasear los recursos económicos, comenzó otra etapa que yo defino como "comercitaria", ya que esa televisión tuvo que acudir a la publicidad para solucionar sus endémicos déficit que al comienzo eran solventados por la respectiva universidad. Pasó entonces a ser comercial y universitaria a la vez, para terminar en lo que es hoy, una televisión de corte definitivamente comercial. ¿Por qué sucedió eso?.

Porque hubo que instaurar el concepto del autofinanciamiento. Las universidades ya no podían seguir manteniendo esa experiencia por no contar con los recursos necesarios, percibiendo con claridad, sin embargo, lo que ella

significaba en cuanto a una enorme apertura comunicativa hacia la comunidad nacional. Entonces, se recurrió al que hoy es el consabido recurso del auspicio publicitario para poder solventar el ejercicio económico de la televisión.

En el año 1969, Televisión Nacional de Chile nace al amparo de una ley que se aprueba rápidamente, ya que, al triunfar Allende en año `70, esta primera tentativa de televisión pública necesita una legislación que garantice el pluralismo político frente a la posible ideologización de ese medio por parte del gobierno socialista. Ahí había dos problemas claros que necesitaban urgente solución: uno era el cómo asegurar el pluralismo del consejo Directivo de la nueva institución, y el otro era el de la necesaria y urgente expansión de la señal a todo el territorio. Ustedes conocen perfectamente la geografía de Chile y se pueden dar cuenta de que, realmente, la cobertura nacional de la tv era y sigue siendo una tarea muy compleja.

En ese entonces, la puesta en práctica de la ley, se enfrentó a un escenario social y político muy particular, en el que la televisión era considerada no solamente en su carácter de entretenimiento sino, y sobre todo, como una herramienta inmejorable para elevar el nivel cultural del pueblo.

Comienza, tal como lo mencionó el Ministro Weffort, el aumento explosivo del acceso de todos los estratos sociales a la posibilidad de tener aparatos de televisión en la casa. De hecho, llegamos casi de inmediato a un 70 u 80% de la población que ve satisfecha su demanda. ¿Qué implicancia tiene eso en los propios contenidos de la televisión?. Significa que el mercado, la empresa, la televisión comercial, los empresarios, empezaron a entender, que ellos podían intervenir la televisión para su provecho, a través del volumen económico de sus auspicios comerciales.

Tal es así que, si queremos hablar claro, hoy en día, los que manejan la programación en nuestros países, y con ello, en cierta medida, el posible contenido cultural de la televisión, son los auspiciadores, quienes, guiados por la fluctuación del rating, apoyan determinados programas, calculando, según

la cantidad de espectadores, la mayor o menor conveniencia de su “costo por contacto”.

Eso produce, al interior de los distintos canales de televisión, una situación muy volátil que dificulta grandemente planificar y emprender una labor cultural de mediano y largo plazo que tenga una mayor coherencia y eficacia.

Para ser sinceros, deberíamos reconocer que la Televisión cultural sigue siendo una utopía. Pero, gracias a Dios, pareciera ser que la utopía aún no ha muerto. Por lo menos, yo estoy convencido de ello y de que debemos seguir luchando para que esa utopía se haga realidad.

Me atrevo a pensar que estos y otros problemas tienen su origen en el hecho cierto que hoy el mercado se nos propone como valor y no como un simple mecanismo económico.

El mercado, por su propia naturaleza necesita en todas las sociedades, una constante y cada vez mayor captación de público consumidor y la televisión se convierte en el medio ideal para la consecución de ese objetivo. Frente a ello, es evidente que el Estado, en Chile, se encuentra abocado a un problema mayor. ¿Por qué?

En Chile existe solamente un canal de Televisión Pública, con cobertura nacional, que tiene la obligación de autofinanciarse y por ende de entrar en la competencia comercial con los otros canales de tv, tratando de captar el mayor volumen de publicidad posible. De hecho, todos pueden hacer propaganda en la televisión pública, con el simple requisito de respetar las leyes pertinentes, lo que impide, sin dudas, la posibilidad de elaborar una parrilla de programación cultural que no necesariamente se rija por las leyes del mercado.

Hoy, ya hemos llegado al extremo de que cada hora de emisión al aire considera 20 minutos de avisos comerciales, que la mayoría de las veces se exceden y que coartan absolutamente la posibilidad de proponer un programa de más largo aliento y de cierto espesor cultural, que exija una mayor fluidez y concentración para poder entrar en relación con el público receptor.

El Estado debería emprender una acción muy decidida para poder recobrar ciertos deberes (no sólo derechos) que tiene en ese ámbito hacia la ciudadanía a fin de cuidar y fomentar la cultura del país.

Estoy suficientemente convencido de que el Estado no tiene que dirigir la cultura: de ninguna manera. Pero sí estoy cierto de que tiene la posibilidad de crear condiciones mejores para que la cultura sea de verdad el eje del desarrollo sustentable del país.

La cultura es un proceso, la cultura es siembra, la cultura no se construye a través de una secuela de iniciativas que se pierden en la noche de los tiempos. Exige secuencias coherentes de acciones coordinadas para poder vivificar la sociedad recurriendo a la ética y a la belleza... Y para lograrlo se necesita mucho tiempo.

En Chile el propio Presidente Lagos ha planteado la posibilidad de considerar la instalación de un Canal 2 Cultural para la Televisión Pública, que esté alejado de las presiones del rating, y otorgar así una alternativa de calidad al público telespectador.

Por otro lado, estoy totalmente de acuerdo con el Ministro Weffort, en su afirmación de que no sólo estamos atiborrados de producción norteamericana sino que, y tal vez eso sea lo más grave, esa misma producción nos quiere convencer de cómo somos.

En ese tema, supongo que el Estado deberá tomar una posición muy definida.

Por supuesto que puede ser peligroso pero, tal como lo expresan algunos de los grandes empresarios de Chile, "si hay alguien que tiene que arriesgarse ese alguien es el Estado."

Tres de ellos integraron la Comisión que formó el Presidente anterior, Eduardo Frei Ruiz-Tagle, para proponer una nueva institucionalidad cultural para el país.

Fueron muy honestos al referirse al fomento de la cultura y a la participación de la empresa privada en ese campo. Afirmaron que lo esencial, para cualquier empresa, es la evaluación de los riesgos que se enfrentarían al implementar cualquiera iniciativa, así se trate de una de carácter cultural. Nuestro norte, dijeron, es lograr la seguridad máxima. Por eso, en lo que a arte se refiere: “¿Ustedes quieren traer a Chile una exposición retrospectiva de Dalí o de Botero?, ¡fantástico!; si quieren traer los tesoros del Vaticano, allí nos tienen, listos para cooperar. Pero nosotros no vamos a arriesgarnos a fomentar los valores artísticos emergentes ya que no sabemos si, en definitiva, van a ser reconocidos como importantes para la cultura del país. ¿Por qué? ¿Por qué dependemos de una Junta de accionistas y, debido a que, con nuestra iniciativa, nosotros estaríamos comprometiendo la imagen corporativa de nuestras instituciones, si fracasamos, sencillamente perdemos el trabajo. ¿Riesgos? Esos debe asumirlos el Estado, atreviéndose a promover los nuevos valores culturales y diferentes formas de comunicación”.

Creo que eso nos libera de la lacra de ser tratados de “estatistas”.

Por mi parte les confieso que a mí me han dicho de todo desde que estoy en este cargo. Empecé siendo “estatista” y ahora me tachan hasta de “stalinista”, porque planteo la necesidad de un Estado que tome una posición activa frente a la cultura. ¿Por qué? Porque creo que en nuestro país el Estado tiene el deber de crear nuevas instancias culturales. Y la instancia más importante para la cultura de hoy la conforman los medios de comunicación masiva.

Esto conlleva un desafío que seguramente se analizará durante este Seminario y que es de la mayor importancia: el de la digitalización de la imagen. Este problema ya convive con nosotros y si queremos empezar a competir verdaderamente en una situación de mínima equidad en el contexto de la globalización, tendremos que hacer un cambio radical en la implementación tecnológica de nuestras estaciones televisivas, lo que significa una cantidad muy considerable de recursos, que no siempre está en las prioridades de los presupuestos nacionales.

Por otro lado, nosotros enfrentamos la posibilidad real de distribuir masivamente nuestra producción cinematográfica a través de la televisión y de acoger con ello, cada vez más, las capacidades creativas y las necesidades económicas de nuestros cineastas. ¿Qué significa eso? Significa que nos tenemos que poner de acuerdo en todas las instancias del Estado y, ojalá, aliándonos con la sociedad civil para poder fomentar, con mayor fuerza, la producción cinematográfica de nuestros países.

Pienso, como cineasta, que estamos en un cambio que se podría decir simplificador respecto a la emisión de imagen que todavía no hemos aclimatado. Ya existen –ustedes lo saben perfectamente- emisiones por internet.

Esto nos llevará a una distribución cinematográfica que va a tener un aumento insospechado en los próximos años. Y la televisión – lo vemos claramente- , está produciendo una (...) de la distribución cinematográfica a través de ella. ¿Cuántos de nosotros se ven instados a ver más películas en su propia casa a través del televisor, en vez de ir a la sala de cine?

Eso es muy grave. ¿Por qué? Porque estamos perdiendo el rito social del cine. Estamos perdiendo la posibilidad de que la cultura como tal, la hagamos entre todo. Yo me acuerdo que una vez nuestro Dictador dijo una frase histórica: “Señores, yo no estoy contra las ideas, piensen lo que quieran, pero piénsenlos solo”. (risas)

Nosotros nos reímos igual. Pero creo que fue una cosa más diabólica que alguien nos pudo decir. Estamos acostumbrándonos, a través de la imagen, a través de la televisión, a mirar solos. De mirar solos, a pensar solos a un paso nada más.

A mi “Se me parte el codo” para decir: “Mira, Mira”. Veamos porqué. Por que la cultura es un fenómeno dialogante. No existe cultura monologante. La cultura se da en la diferencia, en la yuxtaposición de diferencias de puntos de vista. La

cultura no es solamente el arte. ¡Por favor! La cultura es un modo de vida, es una visión del mundo, es el poder interconectarse con las diferencias.

Para terminar, quisiera decirles algo. Nosotros, después de haber visto pasar a todos los países de América Latina y del Cono Sur en especial, después de los traumas históricos que hemos tenido últimamente desde el punto de vista de vivir dictaduras muy tremendas, nos contentamos con decir que estamos tratando de volver a ser países tolerantes.

Tenemos que saltar, a ser un salto cualitativo y pasar de la tolerancia hacia la aceptación gozosa de la diferencia. Porque la interrelación de las diferencias está la cultura. Nosotros podemos hacer algo muy importante a través de las televisoras públicas de nuestros países si empezamos a interconectarnos con las diferencias para crear, por fin, un medio que cuente quienes somos, pero un “quienes somos” en el cual todos quepan, todos puedan y todos sean.