

# TELEVISIÓN PÚBLICA Y PARTICIPACIÓN SOCIAL: AL RESCATE CULTURAL DE LA PANTALLA

Guillermo Orzco Gómez

En una entrevista al sociólogo de la cultura Raymond Williams -realizada en 1987, sólo unos meses antes de su muerte- Williams respondía a la pregunta sobre si estaba desesperanzado frente a la creciente privatización de los medios de comunicación. Con esa extraña pero posible combinación de sentimientos de quien observa los hechos a su alrededor y se incomoda hasta la rabia, pero a la vez con esa sabiduría de quien no ha perdido la esperanza, porque no ha agotado su *capacidad propositiva*: «¿Desesperanza? No, de ninguna manera; decepción sí, por supuesto» (Williams 1989). Y si bien, la entrevista se realizaba en el marco de la segunda reelección de Margaret Thatcher, haciéndose evidente un triunfo del neoliberalismo y un aparente fracaso del proyecto laborista, y con él, de uno de esos «socialismos» en los que Williams activamente colaboró y a los que dedicó su obra intelectual, Williams nunca se dio por vencido. Por el contrario, adquiriría más fuerte su voz en la medida en que analizaba los acontecimientos que permitieron un tercer período de la Thatcher. Con sus palabras, su utopía se fijaba de idealismo al ir reconociendo los hechos, analizándolos y así *tejiendo posibilidades* para una práctica socialista, -como él tanto enfatizaba- compartir fuera lo característico de la vida cotidiana en sus distintas dimensiones.

## 1. INTRODUCCIÓN

La enseñanza esperanzadora, pero no idealista de Williams -considerado como el humanista más influyente en lengua inglesa del desarrollo del pensamiento socialista en las últimas décadas- me parece que adquiere un renovado sentido y constituye una inspiración para los que desde distintas latitudes estamos preocupados por el futuro de la Televisión Pública (TVP); especialmente cuando los acontecimientos actuales nos muestran, si no una crisis irreversible de la TVP como *alternativa cultural*, sí su fracaso como sistema de televisión concreto en las sociedades occidentales contemporáneas.

Al presenciar un creciente deterioro de los diversos sistemas de TVP que aún subsisten bajo distintas nomenclaturas y combinaciones en países europeos y latinoamericanos y empezar a sospechar que su pérdida de *relevancia cultural* amenaza con extinguirlos, lo que si podemos y quizá debemos perder como ciudadanos y como intelectuales es el interés y la confianza en reconstruir algo que, como los regímenes políticos de los países de Europa del Este que se derrumban actualmente, a lo mejor no merece ser preservado. Lo que no podríamos perder es la esperanza, en este caso, la esperanza de que el proyecto de una TVP *trascienda* su objeto inmediato: la televisión, para incrustarse mucho más allá, en la cultura misma, y por tanto en el ámbito más amplio de la *democracia*. Aspiración legítima y de ninguna manera caprichosa, porque la televisión hoy en día, se ha convertido en catalizador y dinamizador cultural y se entrecruza en los cambios sociales, económicos y políticos que conforman a las sociedades de fin del milenio.

En tanto institución y en tanto medio electrónico, la televisión capta, produce y a la vez participa en la circulación de significados; legitima situaciones, nos interpela racional y emocionalmente, nos posiciona como televidentes individuales y colectivos de múltiples maneras para acceder a la interacción con su programación; define cada vez más el intercambio simbólico y el sistema social de comunicación; delimita, finalmente el ámbito de la democracia. Y todo esto lo hace la televisión en un momento, como sugiere desde América Latina el investigador español-colombiano Martín-Barbero (1990):

“...dominado por la envergadura sociocultural de los cambios tecnológicos, la radicalidad de la crisis

económica que en nuestros países acarrea la deuda externa, la desestructuración política del mundo socialista y la crisis de identidad ideológica y ética de las democracias occidentales, en las que pareciera desdibujarse aceleradamente el horizonte de la emancipación» (p.2).

Es precisamente con una preocupación por la *emancipación y autonomía* de los televidentes, lo que considero una condición «sine qua non» para trabajar por la *democratización de la cultura* y más específicamente aun, por los procesos sociales de producción, intercambio y consumo de bienes simbólicos, en lees que la televisión se consolida como protagonista, que yo quisiera compartir aquí algunas reflexiones sobre la participación social en un proyecto *viabile* de TVP, que involucre; antes que nada y sobre todo, su *rescate* cultural.

## **2. ¿POR QUÉ IR AL RESCATE Y NO A LA RECONSTRUCCIÓN DE LOS SISTEMAS EXISTENTES DE TVP?**

Con esta pregunta quiero apuntar en primer lugar a lo que ha sido ya una constatación generalizada en distintos lugares.

La TVP ha sido muchas cosas: una televisión de Estado o de un partido político o una televisión universitaria o educativa, menos, -salvo en raras ocasiones- una televisión realmente pública-, esto es, *del público*.

En América Latina, aunque desgraciadamente no sólo aquí, lo *público* de la TVP se ha confundido con lo estatal (Martín-Barbero 1990a) y peor aún, lo estatal se confunde fácilmente con lo gubernamental, (i.e. con el partido en el poder) como en el caso mexicano. La supuesta TVP la «no privada» entonces, ha sido la mayoría de las veces, una televisión del grupo gobernante, aunque haya funcionado bajo distintas modalidades legales, financieras y políticas. A veces ha sido una «ventana» de partidos revolucionarios, otras, por el contrario, ha servido de medio de expresión a las dictaduras.

Así, una diferencia fundamental entre la llamada TVP latinoamericana y la de varios países europeos occidentales, no estriba tanto en el grado en que son públicas, (realmente ninguna lo ha sido), sino en que en la mayor parte del suelo latinoamericano la TVP ha surgido después que la privada, y ha crecido al lado de ella, casi siempre definiéndose como «la otra televisión». Lamentablemente esa definición que sugiere algo «alternativo» no ha constituido ninguna alternativa cultural para la sociedad, ni una posibilidad real para su participación. Sólo muy pocas veces una TVP ha involucrado sistemáticamente la concurrencia de algún sector social -distinto al gubernamental o al intelectual- y coexistido así dentro del sistema nacional de televisión, como fue el caso de las televisiones universitarias en Bolivia hasta 1979 (Roncagliolo, 1990) o sigue, siendo el caso de la Televisión de Chile (Fuenzalida, 1990a.) La mayoría de las veces, las televisiones públicas en Latinoamérica han tratado simplemente de sobrevivir, ya sea respondiendo a intereses de fracciones de clase o sostenidas caprichosamente como televisiones gubernamentales, como ha sido el caso de Perú a partir de 1980 y hasta de la red IMEVISION en México\*, aunque esta última al igual que la red de TVP venezolana hayan llegado a competir con la televisión privada y a constituirse en una opción para la audiencia en un momento determinado, manteniéndose por arriba de los niveles de sobrevivencia programática, aunque nunca financiera.

Si en las últimas décadas hubo -sobre todo en países del así llamado Tercer Mundo- una *estatización* de lo público, y en parte por eso pueden explicarse muchos de los esfuerzos de los intelectuales críticos por ganarse espacios ahí -ejemplos como el mexicano- sugieren que una aparente liberación estatal de la

así llamada TVP, aunque constituya una acción gubernamental explicable dentro de una perspectiva neocapitalista de los Estados posmodernos y una acción muy apreciada por los grupos conservadores, tiene sólo una salida: su *privatización* o su reprivatización, según sea el caso.

Lo importante del caso para nuestra discusión aquí no es la especificidad de lo que ahora ocurre en México, sino las implicaciones que se derivan para entender algunas consecuencias de ciertos cambios en los sistemas nacionales de comunicación y en las estrategias posibles de transformación de la televisión. Lo que realmente implica la «liberación» gubernamental de empresas que hasta ahora habían sido pilares del sistema de comunicación nacional -como los canales de IMEVISION- es una apertura al gran capital, *no* al público.

Con base en el caso mexicano me gustaría subrayar que dadas las condiciones actuales del sistema capitalista a nivel internacional, la *desestatización de lo público* no conduce por sí misma a que lo público recupere su esencia, sino más bien conduce a su monopolización privada. Son los grupos privados, los grupos que poseen el capital, y no los distintos sectores sociales, los usufructuarios del retiro gubernamental y de la ya famosa «desregulación» (M. y A. Mattelart 1989).

Argumentar que la privatización de la TVP no es la salida adecuada no supone pensar que los actuales sistemas de TVP no requieran funcionar mucho más eficientemente. Es necesario reconocer que la mayoría de estos sistemas han llegado a grados de ineficiencia intolerables, y han perdido la competitividad que alcanzaron alguna vez, lo que ha empujado a los gobiernos a buscar la manera de reconstruirlos, ya sea desconcentrándolos de la administración central o implementando mejoras en su funcionamiento administrativo, antes de “ponerlos a la venta”. El hecho mismo de que un gobierno esté vendiendo sus canales nacionales de TVP -y el caso mexicano no es el único aunque quizá sea el más reciente; ya sucedió con el gobierno de Chirac en Francia (Fox, 1986)- hace pensar que los intentos de reconstruir los sistemas existentes de TVP dentro de la lógica del mercado (eficiencia, competencia, etc.) fracasaron.

En efecto, la experiencia reciente tanto en Europa Occidental como en Latinoamérica, se ha encargado de mostrarnos que la eficiencia temporal en la operación de los sistemas de TVP que se consigue con medidas administrativas no altera ni el carácter oficialista (caso mexicano) ni, por consiguiente, lleva a una participación de la sociedad en la TVP (caso español).

Tanto porque la así llamada TVP *no lo ha sido*, como porque su liberación estatal «per se» tampoco conlleva a que lo sea, su reconstrucción, entonces, no tiene mucho atractivo para los que buscamos una televisión democrática.

La repetición de ejemplos similares en muchos países permite pensar que mientras no exista una estrategia política distinta o un *proyecto sociocultural* diferente para la televisión, la cultura y la democracia, como recomendaba Williams (1987) y como muchos otros sostenemos que permita hacer viables las nuevas utopías sociales, no será posible acceder a una situación donde tenga cabida la participación social.

### **3. LA FALACIA DE LA DIVERSIFICACIÓN DE LA EMISIÓN TELEVISIVA**

No comparto la idea de los que piensan que el futuro para una televisión democrática es su privatización, basados fundamentalmente en el aumento de «opciones» programáticas que esa privatización implica. Esto, que se ha venido discutiendo ya en otros campos, en el de la comunicación aún parece confuso.

Sobre todo porque actualmente se observa una especie de deslumbramiento con las posibilidades videotecnológicas y la proliferación de aparentes opciones televisivas. Como constatan los investigadores chilenos Fuenzalida y Hermosilla (1989):

«La experiencia italiana de permitir cientos de pequeños canales televisivos privados, bajo el supuesto de que la diversidad de canales provocaría la diversidad cultural, ha culminado exactamente en un proceso de concentración y de constitución de un gran monopolio privado. Este ha obtenido grandes ganancias, pero no ha aportado ni a la mayor diversidad programática ni a la mayor innovación cultural» (p. 56).

Si bien es irrefutable que hay un aumento en la emisión y una facilitación de su circulación transregional y transnacional, e incluso que toda esta efervescencia mercantil no sería posible si los sistemas de televisión no fuesen privados, como lo ejemplifica la Rede Globo do Brazil o la misma TELEVISIA de México (M. y A. Mattelart, 1989) es necesario analizar la supuesta variedad de esa abundante oferta.

Son ya muchas las investigaciones que muestran cómo el aumento de canales televisivos, ya sea por cable, por satélite o a través de los nuevos sistemas codificados, no *conlleva* necesariamente un aumento en las opciones culturales televisivas (Fuenzalida, 1990a.) Tampoco, como muchos han argumentado, esa proliferación de canales y programas propicia o aumenta la *libertad* y la capacidad de elección del televidente.

No tenemos televidentes más libres, sino más bien, empresas televisivas menos controladas para producir y transmitir *más de lo mismo*.

En un estudio reciente en Dinamarca el investigador danés Jensen (1990) midió el número de cortes comerciales realizados por las propias estaciones y el número de cambios que hacen los televidentes comunes durante el mismo tiempo. El resultado fue que los televidentes en promedio efectúan algún corte o realizan un cambio de canal 7 veces, mientras que las emisoras de televisión hacen cortes o interrumpen su programación 35 veces. Esto es, hay una relación de 5 a 1 a favor de la emisión.

Lo paradójico del futuro previsible de la televisión comienza aquí: mientras los sistemas de televisión se liberan de ligaduras ancestrales, como son los controles del Estado, los controles derivados de la lógica del capital que los asume *tampoco* permiten su funcionamiento democrático.

Una televisión *desde la sociedad*, desde los televidentes, una televisión que *no se defina* por oposición ni a lo estatal, ni a lo privado, sino en función y a partir de su audiencia es el reto que enfrentamos.

#### **4. HACIA UNA TELEVISIÓN ALTERNATIVA DESDE LA RECEPCIÓN**

Asumir a la audiencia como punto de partida a la vez que de llegada de una televisión alternativa implica ante todo, *invertir* el polo de interés en el proceso de la comunicación. Este, tradicionalmente ha quedado del lado de la emisión, tanto en los sistemas privados de televisión como en los así considerados sistemas de TVP. Ha sido el emisor, ya sea gobierno o empresa privada, quien ha definido el qué, el cómo y el cuándo de la programación televisiva.

Por supuesto que la audiencia sí ha sido considerada en esta definición. Sin embargo, se le ha concedido un papel pasivo en el seguimiento de las intenciones del emisor. La audiencia ha sido asumida más que como sujeto, como objeto al que hay que estimular, educar, o manipular en determinada dirección

(Orozco,1988).

Las actitudes tradicionales frente a la audiencia han oscilado entre el *paternalismo y las máximas ganancias*. Paternalismo sobre todo por parte de los que han estado a cargo de los sistemas de TVP, y ganancias obviamente por los grupos privados que controlan la emisión televisiva.

No es la audiencia como destinataria de mensajes o como su potencial consumidora lo que importa para una televisión alternativa, sino una audiencia *activa* y sobre todo *creativa*, productora de múltiples sentidos a partir de su interacción con la programación televisiva. Tampoco es la audiencia imaginaria ni ideal, blanco de muchos esfuerzos docentes de algún «Estado benefactor» que busca perfeccionarla al tratar de llevarle un mensaje de la cultura ilustrada, o simplemente, una más detallada información de lo que acontece en el escenario social, nacional e internacional.

No. La audiencia a la que me refiero es una audiencia *multisegmentada*, según clase social, edad, sexo, etnia o región, y según otros muchos criterios y condicionamientos situacionales, contextuales y estructurales. Por tanto, una audiencia muy heterogénea, a la vez que contradictoria; una audiencia objeto y sujeto de *mediaciones* de diverso tipo, con distintos condicionamientos y grados de poder y de acceso al bienestar, a la cultura. Una audiencia con historia y con memoria individual y colectiva. Una audiencia ávida de novedad, pero también de espectáculo, de acción y de ficción, de cuentos, drama e intrigas (González, 1990). Una audiencia a veces confusa, que debido a su permanente exposición a los medios de comunicación ha perdido credibilidad en ellos. Una audiencia deseosa de aprender, pero capaz de evadirse de las condiciones materiales de su existencia al encender el televisor (Fuenzalida, 1990b). Una audiencia que no es mala ni buena, es simplemente humana (Orozco, 1989).

Como sugiere el poeta y escritor uruguayo Mario Benedetti (1990), una audiencia:

«...capaz de apagar el televisor cuando comienzan a documentar en la pantalla que 40,000 niños mueren de hambre diariamente en el mundo, para reservar lágrimas para la telenovela en turno que pasará por el mismo canal unos minutos después» (p. 27).

## **5. LA EMANCIPACIÓN DE LA AUDIENCIA, LOS INTELLECTUALES Y EL PROYECTO POLIÍTICO**

Ningún esfuerzo serio por rescatar culturalmente a la televisión puede implementarse sin una *estrategia* político-educativa, ni un *proyecto* intelectual distinto que permitan la emancipación cultural de las audiencias.

Esto, que quizá suene utópico, no lo es tanto, en la medida en que la investigación de la audiencia y de sus procesos de recepción, y la generación y experimentación de diversos modelos de educación para la televisión, nos han ido enseñando algunos caminos para llegar a la misma meta: democratización de la cultura. Asimismo, la *decepción* y el desencanto de muchos intelectuales de izquierda con sus proyectos culturales tradicionales y sus visiones maniqueas o moralistas sobre la televisión y la audiencia abre una coyuntura necesaria para la afinación de proyectos diferentes, más realistas, más acordes con lo que son las audiencias, sus procesos de recepción televisiva y la misma televisión como institución cultural.

No obstante los avances en la comprensión de la audiencia y sus procesos de recepción televisiva, -que retomaré en una sección posterior- considero necesario, primero, hacer una advertencia sobre los intentos de democratización de la cultura y, en particular, de los medios masivos de comunicación. Lo

que a este respecto hemos leído en la bibliografía internacional hasta hace muy poco tiempo ha sido una discusión *reduccionista y excluyente*.

Reduccionista porque la mayoría de los intentos llevados a cabo para la democratización de los medios masivos de comunicación ha tenido como objeto primordial a la información y por consiguiente, se ha enfocado en la formulación de políticas informativas; esto es, políticas que buscan regular la circulación de la información en la sociedad y en el mundo (Orozco,1990a). El acalorado debate sobre el Derecho a la Información auspiciado por la UNESCO y los subsiguientes debates regionales, como el Nuevo Derecho a la Información en América Latina o esos debates nacionales dentro de países específicos son muestra de ello (White,1985).

Pareciera haber una insistencia generalizada en tratar de reducir el problema de la comunicación al de la información. Esto en parte se explica por el desarrollo de las nuevas tecnologías de información y por el deslumbramiento social que causa su potencial. Pero sobre todo tiene su origen en una concepción *tecnocrática* del proceso comunicativo, que a su vez obedece a una racionalidad enfocada en los medios y no en los fines (Orozco,1988). Es la *tecnicidad* de la información y no su *representatividad sociocultural* la que ha estado predominando en los debates recientes (Martín-Barbero, 1990).

El esfuerzo democratizante también ha sido excluyente debido a que como interlocutores se ha tenido a los gobiernos, a ciertos grupos o partidos políticos, a los intelectuales y a algunos especialistas de la comunicación. El debate no ha alcanzado a la sociedad civil, quedándose en un debate de cúpula, no obstante que en nombre de esa sociedad se justifiquen y se quieran emprender distintos esfuerzos.

Cuando se ha buscado democratizar a la televisión los televidentes no han sido involucrados. El televidente ha sido el gran *ausente* no sólo del debate, sino -peor aún- del esfuerzo social por democratizar la televisión y los sistemas de comunicación social.

Ante esta situación -y aquí continuamos con la paradoja inicial- me parece que el punto clave para la emancipación de la audiencia es *involucrarla* desde la discusión sobre el futuro de su sistema público de comunicación, hasta en las acciones tendientes a su transformación. Dicho en otras palabras: la *viabilidad* de la TVP depende del grado de participación social que se logre en su rescate. Esta participación, entonces, no es sólo condición deseable, sino más bien necesaria.

Quisiera ilustrar esta afirmación usando otro ejemplo mexicano. Hace 11 años ya, un grupo de comunicadores, intelectuales en su mayoría, decidió formar la Asociación Nacional de Investigadores de la Comunicación (AMIC) para tener una plataforma desde donde participar en el recién «abierto» debate político sobre la reglamentación del derecho a la información. Una vez formada la asociación, el grupo directivo preparó una serie de ponencias que fueron presentadas a nombre de la Asociación ante los poderes legislativos: cámaras de diputados y senadores. Hubo muchos aplausos para la ponencias, pero no hubo cambios en la legislación. Así como se abrió un espacio «desde arriba» se cerró también desde ahí.

La lección que extraigo de este ejemplo histórico es la limitación intrínseca que conllevan los esfuerzos de cúpula en modificar la situación que buscan transformar. Limitación que se logra dentro de una «institucionalidad de lo estatal» y que en la medida en que no logra construir una presión social desde la base, a través de organizaciones populares y movimientos sociales, no constituye ninguna alternativa de cambio.

## 6. ALGUNOS RECONOCIMIENTOS IMPRESCINDIBLES

Construir una verdadera alternativa implica, en primer lugar, descentrar la discusión sobre el futuro de la TVP del binomio: público-privado y del ámbito del Estado (Le Dieberder, 1990), para concentrarla en la *organización* de las audiencias, en su *accesibilidad* al ámbito de lo político y en su *producción e intercambio* de lo simbólico. Implica también por lo menos tres reconocimientos: el de la *centralidad* de la televisión en la vida cotidiana y, por tanto, en la cultura (García Canclini y Piccini, 1990), el de la existencia creciente de *demandas y necesidades culturales* de la audiencia -lo que Fuenzalida y Hermosilla (1989) denominan «las visiones y las ambiciones del televidente»- y el de la importancia de las diversas mediaciones en la producción de la comunicación.

La centralidad cultural de la televisión en las sociedades contemporáneas es un fenómeno creciente, y al parecer irreversible, que en parte obedece a la urbanización de la vida cotidiana (García-Canclini y Piccini, 1990). La interacción social en las grandes urbes se desarrolla cada vez más con referencia al «mundo de la pantalla». El consumo cultural en las ciudades: asistencia al teatro, al cine, a los museos, a las exposiciones, conciertos, veladas literarias, etc. muestra una tendencia decreciente en proporción inversa al aumento de horas de exposición a la televisión, ya sea a su programación normal o a la película que se ha rentado y se mira en la videocassettera. Los centros de video proliferan y la renta de películas aumenta aceleradamente.

Al mismo tiempo, el televisor se convierte en instrumento de otros procesos tecnológicos como los videojuegos y los procesadores de palabras. La pantalla casera empieza a dejar de ser sólo eso. Se vuelve polifacética (Fuenzalida, 1990a).

La audiencia televisiva tiene una serie de necesidades culturales y formula a la televisión un conjunto de demandas. No es una audiencia conformista; es más bien incrédula. Tampoco es una audiencia que busque enajenarse. Lo que varias investigaciones recientes están evidenciando (González, 1990; Fuenzalida, 1990b.; Orozco, 1988) es que la audiencia normal de la televisión es una audiencia que quiere *recuperar* lo lúdico de su existencia, *gozar* riendo y llorando del drama, de ese espectáculo que se remonta a la Grecia antigua y que la maravilla electrónica de la videotecnología hace posible en el espacio del hogar, en los lugares más íntimos. También es una audiencia que «*quiere verse*» en la pantalla, no en persona pero sí en su identidad. Por esto las mujeres chilenas protestan porque se observan estereotipadas o siempre dependientes del hombre; o los campesinos critican a la programación nacional, cuando no se encuentran en esos dramas y comedias tan suyas, que la televisión arranca de su suelo, pero que arranca sin ellos, sus verdaderos protagonistas (Fuenzalida y Hermosilla, 1989). La audiencia también busca información; necesita saber, anticipar situaciones cotidianas; como sabiamente me decía una madre mexicana a la que entrevisté (Orozco, 1988):

«A mí me gusta mucho ver telenovelas, sobre todo ésta de la muchacha que se viene del pueblo a la ciudad... porque, Usted, sabe, una como analfabeta no tuvo ocasión de aprender qué hacer en determinadas situaciones... situaciones que ahora se le presentan a mi hija... y por eso yo le digo que debe ver la telenovela, para que así aprenda para la vida».

Reconocer las mediaciones en la producción de la comunicación es reconocer que el ver televisión es un proceso que antecede y prosigue al acto mismo de estar en contacto físico con la pantalla (Orozco, 1990c); que la televisión en tanto medio e institución construye una determinada perspectiva y posiciona al televidente de maneras específicas, distintas a las de otros medios masivos de comuni-

cación. Que el televidente no es sólo eso, sino que participa en muchos otros «escenarios» sociales adonde lleva lo que ayer vio en la televisión y en donde se apropia y reapropia de su sentido al comentarlo con sus compañeros de trabajo, o en la iglesia, o con los vecinos en el barrio o en la cantina.

La mediación social (Martín Serrano, 1989) estructural y cognitiva que ejerce el propio medio televisivo delimita su mensaje. Pero la mediación cultural (Martín-Barbero, 1989) y las mediaciones institucionales (Orozco, 1990b) son importantes lugares desde donde los televidentes producen, negocian o rechazan sus sentidos sociales a partir o a pesar del contenido de la programación televisiva.

## **7. LA EDUCACIÓN PARA LA RECEPCIÓN COMO INSTRUMENTO DEL RESCATE TELEVISIVO**

Una manera de comenzar a involucrar a la sociedad civil tanto en la discusión sobre el futuro de la VTP, como en su eventual transformación, es lo que aquí conceptualizo como «*Educación para la Recepción*» (Charles y Orozco, 1990).

Este tipo de educación integra distintas perspectivas que se han generado en varios continentes desde hace más de dos décadas, con el objeto de fortalecer la «competencia comunicativa» y la *autonomía* de los televidentes.

La finalidad de la educación del receptor no es tanto «quitarle el analfabetismo audiovisual» como algunas corrientes han sostenido, inspiradas principalmente en la tradición pedagógica norteamericana del «Know how». El conocimiento básico del lenguaje televisivo es algo que todos como televidentes aprendemos más o menos autodidácticamente, aunque no sepamos los nombres técnicos de las tomas y movimientos de cámara. Lo que no se aprende de esa manera, por lo menos no necesariamente, es la conformación *semiótica* del discurso televisivo de donde en última instancia se propone un determinado significado al televidente. No es el aspecto ideológico lo que está en juego entre la televisión y la audiencia, sino mucho más que eso: las emociones, las nociones, los significados y la acción (Martín-Barbero, 1987). Es decir, *casi todo*.

Esta educación para la recepción tiene que ver con la conformación semiótica: con las mediaciones y con la representación de lo social en la pantalla; tiene que ver también con el uso de recursos videotecnológicos, que actúan como *formas culturales*, configurando los «géneros» televisivos (Williams, 1974) y tiene que ver con las maneras de interacción que asumimos con la programación (Orozco, 1990b). Sobre todo tiene que ver con nuestra capacidad autónoma de elección y de respuesta al medio televisivo.

La manera de diseñar y ejecutar programas o estrategias de educación para la recepción es muy variada. Se puede trabajar desde las instituciones ya establecidas: sindicatos, escuelas, iglesia, familia, asociaciones vecinales, hasta en las que emergen: organizaciones populares, movimientos sociales de distinta índole (e.g. feministas, ecológicos). O se pueden crear explícitamente asociaciones de televidentes cuyo objetivo sea el discutir la televisión (e.g. «Televidentes alertas» de México o «Action for Children Television» de los Estados Unidos) para trabajar en su transformación. Se pueden hacer éstas y otras muchas cosas, como cursos, talleres, campañas de sensibilización, etc. Se puede luchar por incluir un «currículum» de educación para los medios en la escuela, como sucede en Australia, en Inglaterra, en Alemania o en Chile (Charles y Orozco, 1990).

Lo esencial en cualquier esfuerzo educativo para la recepción es el impedir que se convierta en un fin



en sí mismo o que resulte en un esfuerzo castrador de la creatividad y espontaneidad de las audiencias. La educación para la recepción tiene que mantenerse siempre como *un medio* para preparar a la sociedad, a la audiencia, a disfrutar más de la televisión, aprovechar sus posibilidades para la vida cotidiana y a la vez, a participar más informada y organizadamente en el rescate cultural de la pantalla. Rescate que finalmente tiene por objeto la recuperación de formas emancipatorias de comunicación, de expresión y reconocimiento de sus identidades culturales cambiantes y de su consumo simbólico.

## 8. ELEMENTOS PARA UN ESCENARIO FUTURO DE LA TVP

Quiero, para finalizar, referirme brevemente a algunos de los elementos de lo que podría constituir un escenario posible de una TVP rescatada.

En primer lugar, es necesario asumir la *coexistencia* de distintos tipos de televisión: privada (nacional o transnacional), estatal, regional y, por supuesto, pública. Esta última con una definición estrictamente *social y cualitativa*. Esto significa que son grupos o asociaciones los que se encargan de su administración. Esta TVP no tiene pretensiones de lucro, aunque tampoco sobrevive por gracia del apostolado de quienes la administran.

Con la TVP se busca una presencia no cuantitativa sino *cualitativa* entre la audiencia. Esto significa: pocas horas de transmisión al día, abandono del esfuerzo por «atrapar televidentes» y apertura de espacios a la experimentación audiovisual. Esta TVP se alimenta de programación de diversa procedencia local, regional, nacional, transnacional, -en ese orden-, y sobre todo, de producción independiente realizada por miembros de su audiencia. Esta programación tiene un mínimo de calidad videotecnológica, por supuesto, pero no es una programación culturalista o educativa tampoco sólo noticiosa. Hay de todo, telenovelas, series, teleteatro, películas documentales, etc. *Casi todos* los géneros de una televisión comercial. La diferencia estriba en los grupos, temas y tratamientos televisivos que se recrean en la pantalla.

La programación de una TVP alternativa asume que su carácter es esencialmente *provocador* y su mensaje nunca terminal. Por esto anticipa estas características para estimular aún más a su audiencia a ejercer su propia creatividad a partir de su interacción. En este sentido es un dinamizador cultural.

Una TVP no es necesariamente un sólo canal, sino varios, o diferentes barras programáticas en uno mismo. Una variedad que responde y representa a las instituciones sociales que quiere mantener y administrar un tiempo de emisión. Esto es posible debido a los bajos costos de la tecnología para montar canales locales y para su transmisión en áreas restringidas, así como al bajo costo de la producción independiente de video.

En buena parte, una TVP rescatada es un *foro* para la expresión y circulación cultural comunitaria. Donde lo nacional e internacional tiene cabida, pero siempre en referencia a lo local y en atención a su relevancia para la audiencia. Es precisamente para este tipo de rescate cultural de la pantalla para el cual se debe preparar a la audiencia a través de múltiples esfuerzos educativos para la recepción televisiva. \* En estos momentos, el sistema gubernamental de televisión en México sin embargo, transita hacia su privatización. El gobierno del Presidente Salinas puso en venta dos o tres canales de la red IMEVISION (canales 7 y 22) el cual, a petición de un grupo de intelectuales mexicanos, fue constituido en un canal cultural de la sociedad. Sin embargo, en este momento la suerte de este canal es todavía incierta.

## REFERENCIAS.-

- Baldi, Paolo. «Public Service or Educational TV? Information Policies in a Competitive Broadcasting System» Ponencia presentada en la Segunda Conferencia Internacional sobre Estudios de la TV, Londres, 1986.
- Benedetti, Mario. «Eclipses de la solidaridad» La Jornada, 28 de octubre, 1990.
- Charles, M. y Guillermo Orozco. EDUCACION PARA LA RECEPCION: HACIA UNA LECTURA CRITICA DE LOS MEDIOS. México Trillas, 1990.
- Equipo ANSUR. «La privatización de la industria audiovisual», VOCES Y CULTURAS N° 1, enero/junio 1990, p. 5-42.
- Dahrendorf Ralph. «La Sociedad Civil Amenazada» Revista NEXOS: 154, México, octubre 1990.
- Fox, Elizabeth. TV Y COMUNIDAD: CINCO FALACIAS, Santiago de Chile, CENECA, 1986.
- Fuenzalida, Valerio. LA TELEVISION DE LOS 90, Santiago de Chile, Corporación de Promoción Universitaria, 1990.
- «¿Qué ve la gente en las telenovelas?» documento inédito, CENECA, 1990.
- Fuenzalida, Valerio y Maria Elena Hermosilla, VISIONES Y AMBICIONES DEL TELEVIDENTE; ESTUDIOS DE RECEPCION TELEVISIVA, Santiago de Chile: CENECA, 1989.
- García Canclini, Néstor y Mabel Piccini, «Culturas de la ciudad de México: símbolos colectivos y usos del espacio urbano», CONSUMO CULTURAL EN MÉXICO: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, en prensa, 1990.
- González, Jorge A. «El regreso a la cofradía de las emociones (in)terminables... (Telenovela y familia en la vida de todos los días)», ponencia en el Seminario Consumo Cultural en México, México D.F., octubre, 1990.
- Jensen, Klaus, «Reception as Flow: the 'New TV Viewer' Revisited» Ponencia presentada en la 17 Conferencia Mundial de AIERI, Bled, Yugoslavia, agosto 1990. Le Dieberder, Alain, «La televisión pública europea entre la sala de baile, la de gimnasia y la de los mercados», CORTO CIRCUITO N° 11, abril, 1990, p. 5-6.
- McAnany, Emile, «Transnational Television Conglomerates in Europe», DEVELOPMENTS OF COMMUNICATIONS AND DEMOCRACY, International Association for Mass Communication Research, Faculty of Sociology, Political Science and Journalism, University of Ljubljana, 1990, p. 197.
- Martín-Barbero, J. PROCESOS DE COMUNICACION Y MATRICES DE CULTURA; ITINERARIO PARA SALIR DE LA RAZON DUALISTA. México, Ediciones G. Gili, FELAFACS, 1989.
- «Notas sobre el tejido comunicativo de la democracia», ponencia en el VI Encuentro del CONEICC, México, marzo 1990.
- «La Telenovela en Colombia: TV, Melodrama y Vida Cotidiana» Revista DIALOGOS de la Comunicación N° 17, FELAFACS, Lima, julio 1987.
- Martín Serrano, Manuel, «La producción de comunicación social», CUADERNOS DEL CONEICC, 1989.
- Mattelart, Michele y Armand, EL CARNAVAL DE LAS IMAGENES: LA FICCION BRASILEÑA, Akal/Comunicación, 1989.
- Orozco Gómez, Guillermo, «Comunicadores, ¿para cuál democracia?» ponencia para el VI Encuentro Nacional CONEICC «Comunicación y democracia», Tampico, México, 22-24 de marzo, 1990c.
- COMMERCIAL TELEVISION AND CHILDREN'S EDUCATION IN MEXICO: THE INTERACTION OF SOCIALIZING INSTITUTIONS IN THE PRODUCTION OF LEARNING, Tesis doctoral, Universidad de Harvard, 1988.
- «Notas metodológicas para abordar las mediaciones en el proceso de recepción televisiva» DIALOGOS de la Comunicación (Cuadernos de FELAFACS), N° 2, 1990b.
- «La televisión no educa, pero los niños sí aprenden de ella», UMBRAL XXI N° 1, 1989.
- «Cuando los niños ven televisión...» UMBRAL XXI, N° 2, 1990a.
- «Uso educativo de medios de información; las perspectivas en debate», mimeo, 1989b.
- «Cultura y televisión; de las comunidades de referencia a la producción de sentido en el proceso de la recepción» CONSUMO CULTURAL EN MEXICO, México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, en prensa, 1990d.
- Roncagliolo, Rafael, «América Latina: adiós a las dicotomías», CORTO CIRCUITO N° 11, abril, 1990, p. 7-9.
- Varios, «Televisión de Estado: ¿quiebra, disminución o transformación?» REVISTA MEXICANA DE COMUNICACION, año tres, N° 13, septiembre-octubre, 1990.
- White, Robert A. «Políticas nacionales de comunicación y de cultura; lo autoritario y lo democrático en el contexto de América Latina», Seminario Latinoamericano sobre «Cultura Transnacional, Culturas Populares y Políticas Culturales», Bogotá, Colombia, 17- 21 de junio, 1985.
- Williams, Raymond, RESOURCES OF HOPE; CULTURE, DEMOCRACY AND SOCIALISM, New York: Verso, 1989.
- COMMUNICATIONS, TECHNOLOGY AND CULTURAL FORM, Methuen, Londres, 1974.
- «The Practice of Possibility» RESOURCES OF HOPE. New York: Verso, 1989.