

# **Televisión para el Desarrollo Nuevos significados; fin a los mitos**

Fuenzalida, Valerio

---

**Valerio Fuenzalida:** Cientista social chileno, especialista en comunicación audiovisual. Secretario ejecutivo del instituto de investigaciones CENECA, en Santiago. Es licenciado en Filosofía con posgrado en Ciencias Bíblicas (Roma). Ha publicado varios libros sobre el tema de este artículo.

---

*La comunicación «para el desarrollo» y, dentro de ella, la TV, está estancada u obsoleta, enredada en mitos nunca superados y numerosos fracasos. Este artículo trata el tema desde dos ángulos: la potencial contribución educativo-semántica de una televisión para el desarrollo, concebida desde el punto de vista del receptor, es decir, del televidente; y también la potencial contribución de la TV al desarrollo económico, con referencia especial a los dinamismos introducidos en la televisión por los últimos cambios tecnológicos. Investigaciones en terreno, realizadas entre campesinos de Chile, le sirven al autor como punto central de referencia para diseñar nuevas perspectivas de una televisión próxima a los intereses de sus destinatarios.*

La televisión fue desde su inicio un medio en el cual se depositaron grandes expectativas de contribución al desarrollo económico-social; se pensaba que la posibilidad de entrar en contacto masivo con la escuela y con el hogar podría ser decisiva para mejorar la calidad de vida. Debemos revisar brevemente los problemas que ha encontrado la comunicación televisiva para el desarrollo económico-social. Pero también plantear, y este es el énfasis medular de este artículo, un nuevo concepto de televisión educativa para el desarrollo.

Originalmente, el concepto de televisión educativa fue entendido como expansión del sistema escolar formal<sup>1</sup>. Esto correspondía con los esfuerzos invertidos, aproximadamente entre 1960-1975, por agencias internacionales de ayuda al desarrollo para intentar introducir la Telescuela como solución a la deficiente escolaridad formal en países subdesarrollados.

---

<sup>1</sup>Fuenzalida, Valerio: Estudios sobre la televisión chilena, Santiago, CPU, 1984 (2ª ed.).

A comienzos de la década de los 90, sin embargo, uno puede concluir que esos esfuerzos no han rendido en América Latina los frutos esperados; los aportes de la TV a la educación formal por lo general son esporádicos, si no decadentes. Es muy importante buscar las razones que podrían explicar la esterilidad de esos intentos.

a) Desde el punto de vista económico, la Telescuela tiene un costo elevadísimo en encendido de la red de distribución, en la preparación, producción y evaluación de los mensajes y en equipamiento de las escuelas. Ya a fines de la década del 70, las evaluaciones económicas acerca del uso educativo de los nuevos medios señalaban que el costo inicial del hardware era de enorme magnitud y que tendía a ser subestimado por los planificadores; tampoco éstos apreciaban debidamente el costo de mantención y la rápida obsolescencia del equipamiento<sup>2</sup>. En consecuencia, es obvio concluir que mientras mayor sea la bondad relativa del sistema formal de enseñanza, menor será la probabilidad de que un Estado destine enormes recursos económicos para introducir esa innovación, pues será sentida como excesivamente costosa.

b) Desde el punto de vista de las condiciones de operación del medio televisivo, también se presentan graves inconvenientes a la Telescuela; la cobertura masiva del medio es incongruente con la segmentada audiencia de los telescolares y con el escaso interés del resto de los televidentes. Para una estación de TV es extremadamente difícil manejar una programación con franjas segmentadas hacia auditorios fragmentados y, peor aún, si debe intentar combinarla con programas destinados a auditorios masivos. Ninguna red televisiva, sea de servicio público o privada, considera atractiva una operación desfinanciada y una programación dirigida a un auditorio escaso o errático. Además, la aparición de la tecnología liviana de TV en la mitad de los 70 (U-matic, VHS, Betamax) ha acentuado la desconfianza en grandes inversiones a nivel nacional y ha derivado las expectativas hacia soluciones locales con medios más ligeros y baratos.

c) Desde el punto de vista semiótico, la televisión es un medio cuyo lenguaje icónico concreto es más apto para la ficción narrativa y para la indentificación emocional que para la abstracción escolar; el mundo de la imagen audiovisual es más bien sugerente, evocador, polisémico, glamoroso; es un lenguaje más asociacionista que analítico-articulado; y que afecta más a la fantasía, a la emoción y al deseo que a la razón crítica y analítica. El divorcio introducido por los griegos entre Razón y Fantasía ficcional-placentera fue brutalmente acentuado en Occidente desde el siglo

---

<sup>2</sup>UNESCO: The economics of new educational media, París, Vol. I, 1977; Vol. II, 1980.

XVII en adelante por el iluminismo racionalista, lo cual nos ha preparado pésimamente para la comprensión y el manejo de un medio como la televisión<sup>3</sup>.

Las razones semióticas y las condiciones de operación del medio llevan a la gente de la TV a considerar con mucha desconfianza a la Telescuela. Con diferentes razones, el Estado y la industria televisiva convergen, entonces, en esta poca simpatía hacia la Telescuela.

### ***Difusión de innovaciones***

Las teorías occidentales para estimular el desarrollo socioeconómico propusieron también modelos para una comunicación que concurriera al mismo fin. Una estrategia privilegiaba el objetivo de inducir a la adopción de innovaciones. Otra se dirigía a promover los valores y actitudes de una personalidad moderna, de la cual emanaría dinámicamente el deseo de innovar. Más rudamente, otras aproximaciones sólo privilegian la multiplicación de canales tecnológicamente sofisticados, como un factor modernizante per se, autónomo de las personas y de los mensajes transmitidos.

Todas han sido sistematizadas y ensayadas como estrategias de comunicación para contribuir al cambio social. Fueron ampliamente impulsadas en las décadas del 60 y 70; pero hoy también están en revisión y crisis. En primer lugar, como los resultados y efectos del desarrollo no han sido los previstos, el concepto mismo de desarrollo ha entrado en discusión; en consecuencia, ha surgido una tendencia a estudiar los presupuestos teóricos de las estrategias de comunicación supuestamente conducentes al desarrollo. Michael Kunczik en *Communication and Social Change* ha efectuado un exhaustivo examen de las diversas conceptualizaciones operantes en las últimas décadas; el libro ofrece, en cambio, muy pocas propuestas positivas para líneas futuras de acción comunicativa, lo cual es un indicio del empantamiento en la cuestión<sup>4</sup>.

Las estrategias difusoras de innovación han sido evaluadas como excesivamente optimistas y con una confianza ingenua en la influencia modernizadora autónoma de la comunicación; autónoma, en el sentido de eficiente por sí sola, independiente

<sup>3</sup>Fuenzalida, Valerio: «Recepción Activa de la Televisión, Familia y Escuela». (Ponencia al seminario técnico regional sobre formación de los padres como educadores de sus hijos), OREALC / UNESCO, Bogotá, 26-30 octubre, 1987.

<sup>4</sup>Kunczik, Michael: *Communication and Social Change*, Bonn. Friedrich Ebert Stiftung, 1985. También: McAnany, Emile: *From modernization and diffusion to dependency and beyond: theory and practice in Communication for social change in the 1980s*, Development Communications in the Third World, College of Agriculture, University of Illinois at Urbana-Champaign, 1984, pp. 1-14.

de otros esfuerzos modernizadores. Sánchez Ruiz destaca la enorme incongruencia que, mientras en EEUU los teóricos sustentaban la tesis del «refuerzo a otras acciones» como la influencia social más destacada de la comunicación, en la misma época los expertos americanos en el exterior afirmaban la poderosa eficiencia transformadora de los medios, autónomos de otras actividades; por el contrario, las evidencias de la «comunicación como complemento» no han sido suficientemente atendidas<sup>5</sup>.

Esas estrategias de comunicación para el desarrollo han sido criticadas también por ignorar el contexto sociopolítico, la historia cultural de la sociedad y de sus grupos, el contexto de presencia (o ausencia) de otros esfuerzos modernizadores, las necesidades situacionales y, finalmente, la propia percepción de la audiencia acerca de los programas comunicacionales interpretados como educativos<sup>6</sup>.

### **Géneros «educativos y culturales» para campesinos**

Los programas percibidos como educativos y culturales por campesinos chilenos consultados en un estudio de terreno<sup>7</sup>, no corresponden con las definiciones que hacen los programadores de TV, ni tampoco con lo que un educador tradicional definiría como educativo, ni tampoco con lo que otros estratos sociales perciben como cultural. Los programas clásicamente definidos como educativos y culturales (las series dramáticas y otros programas de alto prestigio tradicional) no son espontáneamente mencionados ni adjetivados como tales por los campesinos.

A las preguntas: ¿cuál es su programa preferido en la televisión? y ¿cómo calificaría y definiría ese programa?, las respuestas habituales han sido: «Informe Especial», «Temas», «Sábados Gigantes»; y siempre calificados de «educativos», «culturales» y «entretenidos». Los dos primeros programas tienen una estructura similar: son reportajes magazinescos de una hora aproximada de duración, en la cual 4 - 5 temas son examinados en bloques sucesivos; un periodista lleva el hilo conductor de una exploración en la cual se entrevista a varias personas, cuyas opiniones son pertinentes al tema. «Sábados Gigantes» tiene una estructura de bloques variados, cuya duración es aproximadamente de 10-15 minutos.

<sup>5</sup>Sánchez, Ruiz Enrique: Réquiem por la modernización, Universidad de Guadalajara, 1986.

<sup>6</sup>Hornik, Robert: «Communication as Complement in Development» Journal of Communication, Vol. 30 (1980), 2. pp.10-24. también Pratt C.B. & Manheim, J.B: «Communication Research and Development Policy: Agenda Dynamics in an African Setting». Journal of Communication, Vol. 38 (1988), 3. p.75-95.

<sup>7</sup>Fuenzalida, Valerio y Hermosilla, María Elena: La televisión del Mundo Rural, CPU, Santiago, 1989.

Al indagar las razones para considerar educativos y culturales a esos programas, aparecen dos elementos complementarios:

a) Presentan temas o contenidos que son percibidos como educativos, porque son sentidos necesarios para su vida cotidiana; temas mencionados como educativos fueron, entre otros, drogadicción juvenil, alcoholismo, SIDA, prostitución, cáncer, tabaquismo; también son considerados educativos los bloques de «Sábados Gigantes» en que aparecen profesionales respondiendo consultas y los bloques que presentan diferentes zonas del país u otros lugares del mundo.

b) La forma televisiva del programa es parte de la definición de «educativo»; lo educativo no está constituido sólo por el tema sentido necesario (este es justamente el error «contendista»), sino además por una forma; esta forma es una exploración con varias opiniones la cual dura unos 10-15 minutos. La forma lenta de realizar el programa permite completar datos que no se tenían, atender a más puntos de vista, asimilar más densidad de información (comparativamente, la información de los noticieros es considerada muy rápida y sintética). La entregada a través de varios entrevistados aporta credibilidad al tema; el periodista aparece como un enlazador de las personas cuya opinión es autorizada; lo educativo, formalmente aparece separado del periodista o animador y conectado a las palabras en la voz de la persona considerada informador válido. (En comparación, los noticieros no gozaban de credibilidad espontánea, desde un punto de vista formal, el periodista en pantalla no garantiza credibilidad al campesino, ni tampoco la voz en off)

Por otra parte, la ficción argumental exhibida por la televisión es otro tipo de género percibido como educativo en el mundo campesino. En las narraciones ficcionales no se perciben fantasías irreales y alejadas del mundo cotidiano sino, por el contrario, «modelos anticipatorios» para enfrentar situaciones vitales, problemas afectivos y conflictos de trabajo, sean éstos presentes o estimados futuros. La ficción no aparece como evasión alienadora de la realidad, sino proporcionando educación ante situaciones que se reconocen parte de la vida real y necesarias de enfrentar en algún momento: la vida afectiva, la seducción amorosa, el futuro profesional, la vida laboral, las incompresiones generacionales, los desafíos del mundo urbano, la droga, el fracaso, el adulterio, y otros temas.

Las expectativas campesinas acerca del enorme aporte que la televisión podría hacer para su educación y desarrollo sólo pueden ser comprendidas al interior de la gran valoración y del prestigio otorgado a ese medio. En la soledad y aislamiento del campo, ante la menor disponibilidad de alternativas y oportunidades de toda

índole la televisión es en el hogar una fuente muy importante de entretenimiento, agrado, educación y observación del moderno mundo urbano. Por ello se depositan muchas expectativas en la potencial influencia educativa de la televisión.

El fortalecimiento de la identidad campesina es la primera demanda cultural; reconocimiento en la pantalla de la vida campesina, valoración de su aporte económico, intervención como actor social y político. Esta presencia valoradora, parece, constituye el fundamento ineludible e irremplazable de cualquier otra motivación ulterior hacia actividades más específicas de educación y capacitación para adoptar innovaciones. La motivación a la superación no logra éxito en un grupo que se autopercebe menospreciado.

En el estudio ha sido posible advertir una búsqueda por identificar al emisor tras los mensajes y los medios de comunicación; es decir, existe un esfuerzo por indagar acerca de su calidad e intereses. El mensaje no influye unilineal y aisladamente, mas bien hay una búsqueda de contexto: quién lo dice y con qué intereses.

Esto implica que medios y mensajes, crecientemente, son contextualizados en sus organizaciones emisoras. En este nuevo contexto, no es posible seguir confundiendo comunicación educativa con propaganda, tal como todavía lo hacen algunos publicistas conductistas. Hay una credibilidad externa al mensaje mismo, otorgada por el prestigio (o desprestigio) de la organización emisora.

### ***Un nuevo concepto de televisión educativa para el desarrollo***

El estudio de la recepción entre televidentes conduce a la conclusión de que la comunicación para el desarrollo ha sido modelada bajo el concepto vigente en los países desarrollados; es decir, extensión televisiva de la educación escolar formal, o el difusionismo de innovaciones copiado de los procesos que ocurrían en sociedades ya modernizadas. Se ha querido imitar un concepto y una práctica de los países desarrollados sin haber definido un concepto más útil a nuestra realidad y necesidades.

Pero el extender la escolarización por televisión y el teledifundir obras dramáticas clásicas, óperas o conciertos de música selecta, no ha mejorado sustancialmente los problemas latinoamericanos de salud, nutrición, disponibilidad de alimentos, vivienda, trabajo, capacidad de desempeño laboral, iniciativa de organización social, relaciones afectivas o salud mental. La difusión de innovaciones rara vez ha tenido una presencia significativa en los medios masivos de comunicación; como se ha po-

dido constatar en estudios especiales, los campesinos chilenos no se sienten estimulados por la TV como agentes productores, tampoco son impulsados a participar como actores modernos en la vida cívica nacional.

El trabajo con los televidentes y sus propias percepciones de sus necesidades lleva, entonces, a plantear un nuevo concepto de televisión educativa y cultural para el desarrollo, el cual incluye tres elementos: 1) Las necesidades educativas y culturales, percibidas por el receptor; 2) Los géneros televisivos adecuados; 3) Los mecanismos de inserción en la televisión y elaboración de la demanda educativo-cultural.

1. Las necesidades percibidas por el receptor . En los estudios acerca de la mujer de las barriadas y acerca de los campesinos (jóvenes y adultos) se han mencionado necesidades en salud, calidad de vida en el hogar, capacitación laboral, innovación técnica en el campo, desarrollo organizacional, formación afectiva para el joven y la pareja, identidad y autoconfianza; esas y otras necesidades en diferentes áreas constituyen los problemas educativos y culturales que priorizan los televidentes en sus demandas a la televisión; y estas son entonces las necesidades educativas y culturales a cuya satisfacción se espera que pueda contribuir la TV<sup>8</sup> .

Son necesidades más conectadas con situaciones de la vida cotidiana, con el desarrollo social y la identidad pública menos relacionadas con la educación escolar formal y con la alta cultura.

Pero las deficiencias en los sistemas formales de educación y la gran dificultad de la escuela para ayudar a resolver esas urgentes necesidades previas son los motivos que han originado la educación no formal y la educación popular; éstas pretenden contribuir más eficientemente al desarrollo integral y a mejorar la calidad de vida de los sectores carenciados en nuestros países subdesarrollados.

La educación popular latinoamericana ha acumulado, de hecho, una gran cantidad de temas y contenidos que responden a necesidades cotidianas de los sectores pobres, urbanos y campesinos de la región. Ellos se vinculan a necesidades en salud, vivienda, desarrollo afectivo, salud mental familiar, crecimiento personal y autovvaloración, desarrollo comunitario, conservación del medio ambiente, alimentación y otros temas relacionados con la calidad de vida.

---

<sup>8</sup>Edwards, Paula: «La TV de la mujer pobladora», capítulo II del libro Visiones y Ambiciones del Televidente, Estudios de Recepción Televisiva, CENECA, Santiago, 1989.

2. El modo televisivo de educar . También muchas organizaciones dedicadas a la educación popular han ensayado durante años nuevas metodologías de aprendizaje; éstas han intentado recuperar los procesos educativos en que intervienen aspectos lúdicos y afectivos: juegos de simulación, naipes, confección de collages y otros materiales, concursos, sociodramas, trabajo corporal como estímulo a la expresividad e identidad y a la autoconfianza creativa.

Estas nuevas metodologías, además de recuperar el juego, la fantasía y el agrado como tareas educativas, se presentan también más cercanas a muchas actividades con las cuales se programan algunos géneros televisivos de alta audiencia - programas magazinescos, misceláneos, juegos y concursos de entretenimiento, testimonios que sintetizan dramáticamente un problema, teatro y narraciones, reportajes. La evaluación de la Telesecundaria en México ha comprobado la enorme «educación no formal» realizada en forma paralela y sin intenciones explícitamente educativas por emisiones televisivas comerciales que usan esos anteriores recursos, los cuales en apariencia serían únicamente de entretenimiento<sup>9</sup> . Ya se ha mencionado que los estudios de recepción han constatado que los géneros de entretenimiento, las actividades televisivas lúdicas, la ficción argumental de series y telenovelas, son percibidos como altamente educativos entre los televidentes campesinos.

Las nuevas metodologías de aprendizaje experimentadas por la educación están bastante más cercanas al modo televisivo de educar que las actividades de la enseñanza formal. La multiplicidad de géneros con los cuales es programada la TV es una ventaja, pues ofrece una apertura capaz de asimilar una gran variedad de estas nuevas actividades educativas.

3. Inserción televisiva y elaboración semiótica . Pero si se acepta un nuevo concepto de TV educativa y cultural para el desarrollo, aparece a continuación el tema de cómo representar, es decir, cómo efectivamente introducir este nuevo concepto en la programación y producción televisivas.

El estudio específico de la toma de decisiones al interior de la televisión<sup>10</sup>, permite formular la hipótesis de que una mayor presencia en la TV es posible lograrla vinculando horizontalmente a los profesionales de TV con los grupos sociales y sus demandas culturales y educativas. Se ha podido ensayar un mecanismo específico de vinculación (el laboratorio), el cual facilita un proceso interactivo de aprendizaje

<sup>9</sup>Montoya, A. y Rebeil, A. (coordinadores): Televisión y enseñanza media en México: el caso de la Telesecundaria, GEFE, México, 1983.

<sup>10</sup>Cfr. capítulos VII y VIII en Fuenzalida, Valerio y Hermosilla, María Elena: Visiones y Ambiciones del Televidente, op. cit., pp. 205-248.



mutuo, en el que los productores de TV se sensibilizan con la demanda cultural de los grupos sociales y éstos comprenden las formas semióticas televisivas adecuadas para expresar sus diversas demandas.

Esta interacción permite dirigir la demanda hacia los géneros televisivos apropiados, distinguiendo las características culturales de ellos. La TV es frecuentemente acusada, por ejemplo, de presentar sólo las llamadas noticias «duras» (crímenes, violencia, accidentes, aspectos negativos de la vida social, etc.); sin embargo, este tipo de información es exhibida especializadamente en los informativos y noticieros de la TV. Las conductas prosociales, comportamientos notables y ejemplares, innovaciones científicas, recomendaciones educativas acerca de salud e higiene, este tipo de noticia «blanda» aparece fundamentalmente en algunas secciones de programas magazinescos, en reportajes y especiales de prensa. Se ha visto que los receptores campesinos valoran estos géneros como educativos. La comunicación al servicio del desarrollo tendrá que aprender a reconocer, entonces, la variedad de géneros de la TV y las valoraciones del televidente para poder expresarse eficazmente en el lenguaje semiótico adecuado.

Ante el fracaso de las tradicionales concepciones, un nuevo concepto de televisión para el desarrollo es importante para ayudar especialmente a los sectores golpeados por el neoliberalismo; en efecto, este es un concepto teleducativo:

- vinculado al desarrollo sociocultural y a la calidad de vida, que emana desde la sociedad receptora de la TV, sujeto de las necesidades y actor de las iniciativas
  
- responde a la necesidades objetivas y percibidas de nuestras sociedades subdesarrolladas y pretende resolver estas carencias con los recursos experimentados en estos países
  
- asume como valor positivo la masividad del medio televisivo
  
- rescata y valoriza la capacidad educativa de los diversos géneros televisivos, ficcionales y de entretenimiento
  
- no se propone objetivos segmentados a pequeños públicos, como en la educación formal, sino propósitos más adecuados para el modo televisivo de educar: difundir masivamente - legitimar - valorar - prestigiar - motivar

- los costos de producción son sustantivamente menores que los costos de la teleescuela tradicional

- se facilita la viabilidad económica y el acceso a la TV.

### ***Industria televisiva y desarrollo***

Por otra parte, en esta década ya no es posible debatir la relación televisión-desarrollo, sin esforzarse por comprender la evolución de la tecnología de producción televisiva y las consecuencias que ella acarrea en relación al impacto del medio en el desarrollo<sup>11</sup>.

TV regional y producción independiente. En los últimos 15 años el hardware para la producción televisiva ha sufrido cambios técnicos muy importantes. El nuevo hardware, más pequeño y más barato, hace más factible actualmente la regionalización geográfica de la TV; entendiendo por regionalización la constitución de emisores-productores locales de mensajes televisivos y no la tradicional retransmisión de programas producidos en los estudios centrales.

América Latina presenta, en general, un severo cuadro de concentración metropolitana y de marginalización económica, política y cultural de extensas zonas geográficas. Para el economista Alejandro Foxley, la descentralización no puede ser considerada como tarea postergable, sino como una nueva condición indispensable para enfrentar exitosamente la magnitud de los actuales problemas que plantea el desarrollo<sup>12</sup>.

La TV regionalizada podría hacer una importante contribución cultural a los procesos de descentralización por vía de la comparecencia pública de los problemas regionales y el debate con los actores y sus iniciativas de solución. Podría ayudar a generar autoconfianza en las capacidades endógenas, reconocer agentes y organizaciones que invierten energía innovadora y provocar una sana desatención hacia las burocracias centrales.

La nueva tecnología genera nuevas condiciones de producción, las cuales podrían ser útiles para desencadenar procesos de mayor expresividad local. En tal caso, la nueva condición de organización industrial del medio se convierte en un importante factor potencial de dinamización cultural.

<sup>11</sup>Fuenzalida, Valerio: «La Influencia Cultural de la TV», en Diálogos de la Comunicación, Nr. 17, Junio 1987, Lima, pp. 20-29.

<sup>12</sup>Foxley, Alejandro: «Un Desafío a las Regiones», Revista de CIEPLAN, 4/1986, Santiago.

Aprovechando la nueva infraestructura tecnológica, se podría también desconcentrar la capacidad de crear productos culturales televisivos; es decir, fortalecer una industria televisiva nacional, independiente de las emisoras y ampliar el grupo de creadores-productores que nutren la programación televisiva.

El desplazamiento de la influencia de la TV. Con la digitalización del soporte material de la electrónica, la TV se está transformando en un canal multiportador de todo tipo de comunicaciones; como éstas tenían anteriormente soportes materiales diversos podían, entonces, constituir industrias diferentes. Pero ahora el soporte digitalizado de la electrónica introduce un dinamismo hacia un monosistema multiportador de diversas telecomunicaciones (ISDN) e integrador de diversas industrias.

Este dinamismo provoca un desplazamiento del medio televisivo. La TV pierde importancia relativa como medio hogareño de información y entretenimiento y pasa a adquirir mayor centralidad la potencial dimensión de telecomunicaciones y la dimensión de industria cultural integradora de otras producciones.

La dimensión de industria cultural de la TV se manifiesta, por una parte, en los procesos de integración horizontal y vertical de productos culturales que anteriormente tenían presencia social autónoma: cine, teatro, prensa periódica, música y fonografía, deportes, libros y revistas, mensajes religiosos de la «iglesia electrónica», etc. Por otra parte, la magnitud de esta industria cultural tiene un potencial impacto dinamizador de la economía: por la magnitud de los recursos movilizados directa o indirectamente, por la generación de empleo, por su tasa de crecimiento, por su participación creciente en el comercio exterior. Tal dinamización es una de las inquietudes centrales ante la televisión de la década de los 90<sup>13</sup>.

Nuestra tesis es que, como consecuencia, se está produciendo un desplazamiento desde la tradicional función semántica del medio hacia un relieve de su carácter industrial-cultural. La influencia cultural de la TV trasciende, entonces, la mera comunicación simbólica para influir determinadamente en el conjunto de la industria cultural y a través de este sector incide en el desarrollo económico-cultural más global de la sociedad.

Si bien la investigación latinoamericana está recién registrando las potenciales perspectivas para el desarrollo que introduce la nueva condición tecnológica, ni los gobiernos ni los organismos regionales multinacionales parecen capaces de formu-

---

<sup>13</sup>Fuenzalida, Valerio: Estudios sobre la televisión chilena, Santiago, CPU, 1984 (2ª ed.).

lar recomendaciones y planes acordes a la nueva realidad. Aún persiste una comprensión unilateral de la función cultural-semantizadora masiva del medio y, en términos prácticos, no se vislumbra su potencial de industria cultural para el desarrollo.

### **Conclusiones**

En síntesis, a nuestro juicio no es suficiente realizar una crítica a los conceptos culturales y teleducativos tradicionales; tampoco es suficiente el esfuerzo, necesario sin embargo, para explicar las razones de los fracasos. Es preciso avanzar más allá, buscando nuevos caminos propositivos.

Desde un punto de vista semantizador-cultural, la televisión, investigada desde la percepción del campesino televidente, aparece más importante en aspectos antes descuidados, tales como la identidad y la autoestima; surgen nuevas formas mediante las cuales la televisión podría potenciar la participación campesina en su propio desarrollo.

La televisión puede contribuir al desarrollo del sector campesino, entre otros, valorizándolo como productor de bienes y como actor social público. Desde la recepción esto aparece más importante, aunque más complejo, que ciertas recetas conductistas para modelar actitudes y comportamientos supuestamente modernos. La primera y más básica acción cultural que realiza la televisión es considerar (o desacreditar) al campesino como actor social público, económico y socialmente relevante. Este proceso ocurre cuando el campesino aparece presente como agente social en la televisión: actor productivo y socialmente activo; no basta, entonces, con interpelar externamente al campesino desde la TV, pues entonces sería objeto y no actor de la comunicación. Si esta consideración básica es omitida, un proceso educativo no parece apuntar al éxito.

Dado esto, los programas y temas percibidos como educativos por el campesino no constituyen franjas especiales con temas de interés segmentado. Si bien es posible imaginar franjas destinadas a satisfacer necesidades segmentadas del área rural, pensar únicamente en programas específicos podría contribuir a marginalizar aún más al campesino. Las formas televisivas percibidas como educativas tampoco aparecen específicas y excluyentes. La televisión para el desarrollo campesino puede beneficiarse si se aparta de los modelos clásicos de la tecnología educativa y se acerca más a la experiencia latinoamericana en educación popular.

Las organizaciones de prestigio que trabajan en el desarrollo rural podrían robustecer su accionar a través de la presencia en la televisión y su acción también se potenciaría, pues la presencia en televisión prestigia el trabajo y sensibiliza y motiva a las personas. Lo grupal y lo masivo no aparecen excluyentes sino, por el contrario, reforzándose mutuamente. Para el campesino aparece incomprensible una consideración de la televisión como una fuerza enemiga, competitiva o alienadora; por ello, las organizaciones campesinas y sus dirigentes deben comenzar a imaginar las formas de usar positivamente un medio altamente valorado en el campo y percibido con grandes expectativas educativas.

Tales conclusiones obtenidas desde el estudio empírico de la recepción televisiva, coinciden con las nuevas tendencias a reforzar el trabajo de los grupos de base para su propio desarrollo. El aporte del estudio de la recepción es ubicar el lugar y el rol educativo que la televisión puede desempeñar en este nuevo enfoque del desarrollo. A este respecto, Robert A. White estima que «el enfoque más productivo en los estudios de medios puede ser no el grado en que los medios pueden imponer sus mensajes e ideologías a las audiencias, sino mas bien la actividad de los usuarios para crear su propio mundo cultural. La intervención (comunicacional) para el desarrollo, entonces, llega a ser un proceso de comprensión y alimentación de esta creatividad cultural»<sup>14</sup>.

Al acentuar estos puntos de vista, no interesa desacreditar la importancia de la escuela formal, tal como lo hacen algunos críticos en América Latina; el acceso y la calidad de la educación formal, en efecto, han sido siempre una reivindicación del pensamiento progresista; esa es, pues, una polémica que parece poco productiva<sup>15</sup>. En cambio, nos interesa destacar la utilidad social de otro concepto de televisión educativa para el desarrollo elaborado a partir de las percepciones culturales del propio receptor.

Las energías de agencias preocupadas por la comunicación para el desarrollo pueden encontrar, entonces, nuevos caminos para estimular una televisión educativa de menor costo, más consistente con las condiciones del propio medio y con las necesidades percibidas por los propios televidentes en los países subdesarrollados.

<sup>14</sup>White A., *Robern: Media, Politics and Democracy in the Developing World*, Centre for the Study of Communication and Cultures, Londres, abril 1988 (mimeo). También: *Communication Research Trends* Vol. 9 (1988/89), N° 3, Londres.

<sup>15</sup>Sobre esta polémica ver los trabajos reunidos en: *Educación Popular y Movimientos Sociales*, Proposiciones 15, Santiago, SUR Ediciones, 1987. También: «La Escuela y la Educación Popular», en *Cuadernos de Educación* 173, Año XIX, mayo 1988, Santiago, CIDE.

Por otra parte, la actual condición tecnológica de la televisión parece haber llegado a una fase en que la dimensión industrial cultural tendrá, al menos, tanta influencia como su dimensión simbólica y educativa. La investigación debe contribuir a comprender mejor esta nueva condición industrial y las nuevas potencialidades culturales del medio que pueden reforzar y amplificar la expresividad regional; desde esta nueva comprensión del medio habría que incentivar el aporte de la TV - industrial y educativo - a resolver nuestros problemas de subdesarrollo.

### **Referencias**

- \*Anónimo, COMMUNICATION RESEARCH TRENDS. 9, 3 - Londres, Inglaterra. 1988-89;
- \*Anónimo, CUADERNOS DE EDUCACION 173. XIX - Santiago de Chile, Chile, CIDE. 1988
- \*Anónimo, PROPOSICIONES 15. - Santiago de Chile, Chile, SUR Ediciones. 1987;
- \*Anónimo, UNESCO: THE ECONOMICS OF NEW EDUCATIONAL MEDIA. I - París, Francia. 1977; Communication as Complement in Development.
- \*Anónimo, UNESCO: THE ECONOMICS OF NEW EDUCATIONAL MEDIA. II - París, Francia. 1980; Communication Research and Development Policy: Agenda Dynamics in an African Setting.
- \*Edwards, Paula, VISIONES Y AMBICIONES DEL TELEVIDENTE, ESTUDIOS DE RECEPCION TELEVISIVA. 11. p205-248 - Santiago de Chile, Chile, CENECA. 1989;
- \*Foxley, Alejandro, REVISTA DE CIEPLAN. 4 - Santiago de Chile, Chile. 1986;
- \*Fuenzalida, Valerio ; Hermosilla, María Elena, LA TELEVISION DEL MUNDO RURAL. - Santiago de Chile, Chile, CPU. 1989;
- \*Fuenzalida, Valerio, DIALOGOS DE LA COMUNICACION. 17. p20-29 - Lima, Perú. 1987;
- \*Fuenzalida, Valerio, ESTUDIOS SOBRE LA TELEVISION CHILENA. - Santiago de Chile, Chile, CPU. 1984;
- \*Fuenzalida, Valerio, ESTUDIOS SOBRE LA TELEVISION CHILENA. - Santiago de Chile, Chile, CPU. 1984; From modernization and diffusion to dependency and beyond: theory and practice in Communication for social change in the 1980s.
- \*Fuenzalida, Valerio, RECEPCION ACTIVA DE LA TELEVISION, FAMILIA ESCUELAS. - Bogotá, Colombia, OREALC / UNESCO. 1987; La TV de la mujer pobladora.
- \*Hornik, Robert, JOURNAL OF COMMUNICATION. 30, 2. p10-24 - 1980; La Escuela y la Educación Popular.
- \*Kunczik, Michael, COMMUNICATION AND SOCIAL CHANGE. - Bonn, Alemania, Friedrich Ebert Stiftung. 1985; La Influencia Cultural de la TV.
- \*McAnany, Emile, DEVELOPMENT COMMUNICATIONS IN THE THIRD WORLD. p1-14 - College of Agriculture. 1984; Un Desafío a las Regiones.

- \*Montoya, A. ; Rebeil, A., TELEVISION Y ENSEÑANZA MEDIA EN MEXICO: EL CASO DE LA TELESECUNDARIA. - México, GEFE. 1983;
- \*Pratt, C. B. ; Manheim, J. B., JOURNAL OF COMMUNICATION. 38, 3. p75-95 - 1988;
- \*Sánchez, Ruiz Enrique, REQUIEM POR LA MODERNIZACION. - México, Universidad de Guadalajara. 1986; Educación Populary Movimientos Sociales.
- \*White-A., Robert, MEDIA POLITICS AND DEMOCRACY IN THE DEVELOPING WORLD, CENTRE FOR THE STUDY OF COMMUNICATION AND CULTURES. - Londres, Inglaterra. 1988;