

MODELOS DE TV Y RADIO Y SU INFLUENCIA EN LA GÉNESIS CULTURAL

Valerio Fuenzalida[]*

1. Introducción

El propósito de este artículo es mostrar la repercusión cultural que producen diferentes tipos de organización de medios de comunicación masivos, específicamente Televisión y Radio. Se ha tomado estas dos medios, pues, además de su importante presencia social, se dispone de información histórica y comparativa que permite hacer perceptible con mucha claridad las **distintas influencias culturales que producen diferentes modalidades de organización de esos medios**. Es posible poner en evidencia que **organizaciones diferentes de tales medios posibilitan programaciones distintas**, las cuales inciden de manera diversa en la cultura. Si se aspira a determinadas manifestaciones culturales, nos parece que, inevitablemente, será necesario analizar las maneras de programar, adecuadas a los propósitos culturales y tal programación está condicionado por la organización de los medios, que posibilita o impide una programación conducente a los objetivos culturales propuestos. El no estudiar estas interconexiones es una manera idealista y más bien ensoñadora de proponer metas, carentes de sus condiciones de producción e implementación, básicas en medios de una electrónica sofisticada e industrializada.

Conviene definir, aunque sea brevemente, el sentido que lo otorgaremos al concepto de cultura. Hemos hablado anteriormente de la repercusión o la influencia cultural que producen los medio de Comunicación. Estamos, entendiendo el concepto de cultura en un sentido muy amplio y global: cultura es todo contenido que entregan los medios de comunicación; este informativo, afectivo, valórico- conductual. sea transmitido explícitamente o implícitamente. De ninguna manera restringimos el concepto de "cultura" a ciertas obras o productos de alta (y difícil) calidad intelectual o estética. En

nuestra conceptualización todo mensaje comunicacional es cultura; no habrían mensajes no-culturales, " menos" culturales que otros "más" culturales. Toda la vida social e individual de los hombres es vida cultural; y los medios de comunicación transmiten cultura a través de cada mensaje, sea éste una serie policial, una telenovela, un spot comercial, un espectáculo musical o deportivo, etc. En aras de la brevedad es preferible explicitar este concepto amplio y remitir a otros trabajos que justifican tal concepción de cultura (1). Al interior de este concepto global de cultura, evidentemente - se dan bienes culturales de, diversa índole, los cuales también son valorados diversamente según los grupos sociales y las épocas históricas. Para nuestro propósito, en este artículo, es importante una diferenciación entre productos culturales y procesos culturales. Desde el punto de vista de la productividad histórica, la cultura puede clasificarse en **productos** culturales heredados del quehacer pasado y en **procesos** que actualmente generan bienes culturales. Radio y TV pueden transmitir obras musicales **productos** de una creación ocurrida anteriormente- y que habitualmente se distribuyen como productos industrializados (discos, películas, series); pueden emitir conciertos de artistas consagrados u obras que pertenecen a un repertorio identificado como clásico: gozan del reconocimiento y del prestigio extensamente compartido. Pero además de estos productos culturales, Radio y TV pueden también contribuir a estimular **procesos** generadores de nuevas obras y productos o servicios y bienes culturales, además de obras consagradas, se puede incentivar la creación de nuevas composiciones, estimular la renovación y búsqueda de nuevos intérpretes, artistas y creadores en diferentes campos culturales: música de todo tipo, teatro, obras dramáticas para Radio y TV, literatura, y toda clase de bienes sociales y culturales.

Para quienes se inquieten acerca de la influencia aculturadora que tienen los medios de comunicación de masas al transmitir y exhibir de manera prolongada y masiva **productos** culturales, habitualmente elaborados en el extranjero, la estimulación de **procesos** generadores de obras y bienes culturales nacionales debería ser una preocupación constante (2). La identidad cultural nacional se va perdiendo con la exposición masiva, cotidiana e indiscriminada de los productos culturales extranjeros; tampoco parece suficiente la exhibición de nuestros propios productos heredados. La identidad cultural nacional se preserva, se acrecienta y se vigoriza con la permanente creación actual: es decir, con el

estímulo a los procesos que en el ahora presente van generando creaciones culturales novedosas, incluso postergando el juicio acerca de la calidad y permanencia de las obras recientes.

Cuando hablamos de que la organización radial y televisiva condicionan tipos de programación y que influyen en los procesos culturales, nos estaremos refiriendo específicamente a que tal tipo de organización y programación posibilita u obstaculiza la creación cultural actual; es decir, impide o crea condiciones estimuladoras del movimiento y del dinamismo generador de bienes culturales actuales; facilita pues, a entrapa la búsqueda actual y permanente de la identidad cultural nacional. Nótese, entonces, que a nuestra muy global definición primera de cultura le hemos añadido una doble restricción valorativa: creemos, por una parte, en la necesidad de incentivar una identidad cultural nacional la cual estaría amenazada por la aculturación provocada por los mensajes comunicacionales extranjeros; pero, por otra parte, en la búsqueda de tal identidad cultural nacional, pensamos que, tan o más importante que la exposición a los productos culturales heredados del pasado nacional, es la estimulación de los procesos creadores de bienes culturales. La identidad cultural no ocurre sólo en la relación con los productos heredados sino más fundamentalmente en la relación generadora de cultura en el presente.

2. Modelos centralizados o regionales de TV

Desde el punto de vista de la contribución a los procesos generadores de cultura, la TV Chilena ha ido evolucionando hacia un porcentaje creciente de programación producida en el extranjero: en 1979 la producción nacional no alcanzaba al 30% en el conjunto de las 5 Redes con que cuenta el país . Pero además, la TV chilena tiene un carácter extremadamente centralista: las 2 grandes redes nacionales (TV Nacional de Chile que cubre todo el país y la Red de la Universidad Católica de Chile que alcanza aproximadamente un 70% de la población nacional emiten desde sus estudios en Santiago hacia el resto del país. De las 5 Redes de TV, 4 se ubican geográficamente en el centro del país y sólo la Red Norte tiene carácter regional Esta organización técnico-social de la TV Chilena impone una programación cultural fuertemente centralizada: **los** mensajes son ideados desde los estudios emisores en la Zona Central y difundidos a las regiones bajo cobertura. Esta organización y programación centralizada **impiden la expresión de los procesos creativos regionales**: asfixia la génesis cultural local y trata de homogeneizar masivamente los gustos, los intereses, las percepciones.

Se idea y se programa como si Chile fuese un país culturalmente homogéneo: para el ejecutivo tradicional de TV el destinatario es la "masa" anónima, sin rostro e indiferenciado. Sin embargo, la realidad cultural **es otra**: Chile tiene alrededor de un 20% de población rural, para la

cual no existe una programación adecuada a sus necesidades. El país no sólo es una "Loca Geografía", sino un conjunto de regiones separadas por enormes distancias geográficas y también diferentes en sus expresiones culturales: la artesanía, la música de raíz folklórica, las leyendas, ciertos temas y obras literarias permiten distinguir a Chile, la cultura Mapuche, la región Austral, las riberas marinas, el Valle Central, el Norte del cobre y del salitre, etc. La TV es programada bajo el falso supuesto que la cultura chilena "auténtica" sería la urbana de Santiago, el pasado campesino bucólico del Valle Central. La organización -centralizada de la TV es incapaz de reflejar programáticamente nuestra diversidad cultural y ésta es observada como algo "ajeno" a lo canónicamente "auténtico". El Norte del país, incorporado hace 100 años al territorio nacional, tiene una cultura y música de raíces andinas, rechazada y calificada de "extranjera". En una concepción amplia de cultura, este centralismo en la programación conduce a situaciones tan cómicas como trágicas: se proporciona, por ejemplo, recetas de cocina, modas, consejos de jardinería, etc, tal vez útiles para regiones centrales del país, pero inservibles tanto para las regiones cálidas y desérticas del Norte como para las heladas regiones del Sur del país.

Es importante comprender que esta organización centralizada con una programación culturalmente impositiva en la TV chilena, no es un rasgo peculiar de la TV como tal, sino solamente una modalidad, entre otras, de organización técnico-social. Por lo general, Europa ha organizado de otra manera su televisión, y es conveniente exhibir este modelo alternativo para destacar sus ventajas comparativas. Alemania Federal, por ejemplo, ha organizado su TV en 9 estaciones regionales correspondientes a estados Federales (Land) o agrupaciones de estados. Cada emisora local transmite en ciertas horas una programación televisiva autónoma y adecuada a la región; en determinados horarios del día, las emisoras locales se interconectan para constituir las Redes Nacionales I y III de la Televisión Alemana; pero cuando opera la TV alemana en Red Nacional, las emisoras regionales aportan con un porcentaje determinado de producción propia a la programación nacional. Este modelo organizacional permite una **programación y producción regional** de televisión, adecuada para satisfacer las necesidades educativas, informativas o culturales específicas. Simultáneamente la **programación de la Red Nacional**

adquiero una riqueza polifacética, resultado de los aportes-programáticos de las diversas estaciones regionales: diversidad imposible de alcanzar con una programación y producción centralizadas. Tal modelo descentralizado de organización y programación se encuentra en vías de creciente desarrollo en Inglaterra, España, Italia y Francia. La diferencia con Alemania es que en este país las Redes nacionales nacieron y sólo se constituyen a partir de las estaciones locales; en el resto de Europa la TV nació centralizada, por regla general, y en las últimas dos décadas se ha acogido la presión hacia la constitución de estaciones regionales (3)

En Chile, la posibilidad de una Red Nacional Universitaria de TV fue explícitamente establecida en la Ley No. 17.377 (art.2do.). Más que TV Nacional de Chile, las Universidades chilenas existentes en las regiones del país, tendrían la capacidad de establecer y operar estaciones locales de TV. Una organización televisiva universitaria descentralizada posibilita una programación en que es posible satisfacer las necesidades culturales peculiares de cada región. La TV instructiva y educativa se hace factible con la regionalización de las estaciones, ya que se aumenta la capacidad y flexibilidad de emisión y con un costo menor al que supone encender una Red Nacional. En manos de las Universidades, la creación de estaciones regionales de TV proporciona un modelo alternativo de organización que posibilita una programación diversificada; así se colocarían las bases indispensables para generar una dinámica de creación y expresión cultural regional; y los productos de mayor calidad se podrían transmitir por la Red Interconectada a la Comunidad Nacional. Se estimularía y se incorporaría el talento regional, acabándose la masificación centralizadamente impuesta. La TV chilena ganaría en calidad al estimular y exhibir la expresividad de todo el país y no sólo las creaciones de los grupos Zona Central.

Una política, pues, de estímulo los procesos culturales y de incentivación a los dinamismos creadores de identidad cultural nacional, supo rediseñar la organización técnica social de la TV chilena. No existe obstáculos de índole ingenieril para implementación de un modelo descentralizado de TV; existen los obstáculos sociales de la inercia, la habituación lo existente, los intereses y ambición de grupos particulares.

Básicamente no se constata una voluntad de construir una identidad cultural y en un pertinente de la TV. Por el contrario la organización descentralizada y programación regionalizada aparece como condiciones necesarias en u política dinamizadora de los procesos creadores culturalmente: permitiría superar la actual contradicción entre local y lo nacional; las regiones y Área Metropolitana; los múltiples grupos creadores de cultura y el carácter masivo y unidireccional del medio televisivo. En un diseño alternativo, organizado y programado regionalmente la TV puede desempeñar una importante función fertilizadora de la creación cultural local, posibilitando acceso y la expresividad de los múltiples grupos que crean y renuevan permanentemente la vida cultural (4)

3. La evolución del modelo radial en Chile

En **los últimos** 30 años, la Radiotelefonía chilena ha experimentado un importante evolución en los ingredientes de su programación La introducción del medio TV en la década del 60 establece una frontera divisoria entre dos **modalidades de organizar y programar una estación radial**: este impacto de la TV en el medio radial es tanto o *más* importante que el impacto en la competencia por la sintonía, más conocido a través de las encuestas de radio y teleaudiencia. (5)

4. La anterior doble fuente de alimentación

Hasta alrededor de la mitad de la década del 60, antes que se masificara la Tv en Chile, las más destacadas emisoras chilenas, especialmente aquellas de los grandes centros urbanos, disponían, de una doble fuente de alimentación para sus emisiones programáticas: a) el material envasado y b) el material producido "en vivo" en los mismos estudios de la estación radial. Esta doble alimentación proveía de las **noticias** recibidas a través de agencias y de las recolectadas por el equipo de prensa de la propia emisora; proporcionaba **música** grabada por los sellos editores y además música ejecutada por conjuntos o artistas presentes en los estudios; entregaba también **radiodramatizaciones** realizadas por la emisora o productores nacionales y se disponía de las radionovelas procedentes de otros países latinoamericanos. El Radioteatro ocupó un importante porcentaje de la programación, cubriendo géneros satírico-políticos ("La familiar Chilena", "Topaze en el Aire"), cómicos, policiales, series radiales ("Adiós al Séptimo de Línea" fue primeramente una serie radial que más tarde se editó como novela histórica); también se constataba la lectura de obras literarias o cuentos; las radionovelas románticas (directas antecesoras de las actuales telenovelas) fueron otro género, cuya importancia ha sido recogida y ha servido como materia prima para "La Tía Julia y el escribidor" de Vargas Llosa. Esta es la única importante obra narrativa latinoamericana que ha sido construida en torno al medio radial, rescatando la época pretelevisiva y utilizando un fenómeno socio-cultural tan típicamente nuestro, como es el género de la radionovela.

Esta doble alimentación del medio radial exigía una **organización técnico espacial** adecuada a la emisión del material grabado y adecuada a las necesidades requeridas para las transmisiones "en vivo". Las estaciones disponían de estudios más amplios, de Auditoriums en que el público podía

reunirse para participar en concursos, presenciar

interpretaciones, asistir a shows y festivales. Esta organización radial que permitía las emisiones "en vivo" no ha sido suficientemente valorada como una de las **condiciones que hizo posible el surgimiento y desarrollo de muchos conjuntos e intérpretes musicales**; la radio, entonces, podía exhibirlos ante el público y estimularlos al perfeccionamiento -mucho antes de que existiese la posibilidad y la necesidad de la grabación. El impulso que recibió de esta modalidad de radiotelefonía la creación musical popular de esos años fue decisivo para descubrir intérpretes, consagrar artistas, estimularlos a la profesionalización. Entre los años 1950-1965 la radio en Chile, estimuló poderosamente la creación musical nacional y posibilitó una generación que no parece haberse vuelto a repetir. Producto de ese impulso nace en esa época el Festival de Viña del Mar, radiodifundido inicialmente se esperaba que el Festival podría causar y acentuar la génesis musical. Su transmisión por TV lo hizo evolucionar más bien hacia un Show-Espectáculo, por lo cual nunca ha podido generar un verdadero movimiento popular chileno. Del Festival de Viña no se puede decir todavía (y tal vez nunca) que haya hecho germinar una canción popular chilena, tal como pudo brotar una típica canción popular italiana de post-guerra del Festival de San Remo. Debatándose entre el Espectáculo televisivo y el Carnaval masivo, el estímulo a la creación musical ha pasado a un plano irrelevante.

5. Hacia la radio "envasada"

Por los fines de la década del 60, el medio radial comienza a reaccionar ante el crecimiento de la TV suprimiendo los Auditoriums y achicando los estudios. La radio va desconectando esa fuente, alimentadora de programas vivos -creyendo que **las** presentaciones en vivo serían exclusividad de la TV- y paulatinamente evoluciona hacia lo que se ha denominado la "radio-tocadiscos"; es decir, un **medio que primordial y a veces exclusivamente se alimenta de material grabado y envasado**. La programación fue perdiendo la variedad que le otorgaba la anterior doble alimentación; la radiodramatización desciende hasta la supervivencia de excepciones (6); los departamentos de prensa desaparecen en muchas emisoras, disponiendo únicamente del teletipo; y la creación musical solamente

puede acceder a la radiodifusión si llega grabada y editada. La eliminación de los estudios en que, podían actuar en vivo artistas y conjuntos, creó una desconexión entre el medio radial y el movimiento creador y renovador de la música popular; en adelante, el medio radial se restringiría a quienes hubiesen logrado acceder a la grabación industrial y a la circulación comercial. Al organizarse como reproductora de material envasado, la radio se hizo dependiente de la fuente grabada y se privó de su anterior vinculación directa con los movimientos generadores de creación musical nacional. En los años recientes, esta dependencia acentuada de la fuente industrializada ha contribuido a agravar la separación entre la radio y la música creada e interpretada por artistas nacionales. Los sellos tienden a editar material de procedencia extranjera, de probado éxito comercial; es más barato editar matrices importadas, grabadas con alta tecnología, que arriesgarse en malas condiciones técnicas con artistas nacionales cuyo mercado es aleatorio y restringido y carentes del aparataje de lanzamiento comercial que rodean la música internacional industrializada. Impedidos, pues, de acceder a la radio sino a través de grabaciones y dificultándose éstas, los artistas y la génesis musical nacional se van desestimulando y apagando.

6. El retorno del medio radial

La anterior evolución del medio radial en Chile Y sus consecuencias para la creación musical, puede atribuirse a una reacción atemorizada ante la aparición de la TV. Este nuevo medio hizo su entrada rutilante y rodeado de un prestigio que colocó en penumbras al medio radial. Sin embargo, en Europa, USA, y Países en que la TV tiene más años de presencia que en Chile, están apareciendo una serie de acontecimientos que parecen conducir al retorno de la radiotelefonía: una valoración más serena de la que ya no le pertenece ;sino que sería propia de la TV, pero además un redescubrimiento y un nuevo aprecio de sus potencialidades.

a) Algunas estudios proporcionan antecedentes acerca de un cierto cansancio ante la TV y cifras de recuperación de sintonía radial. En Alemania federal se ha podido constatar que en los hogares los hogares que disponían de teje, en 1964 se veía 118 minutos diario TV y en 1974 esos mismos hogares veían 131 minutos diarios; desde 1970 en adelante las cifras no consignan incrementos en el tiempo diario destinado a ver TV, estabilidad que se ha v confirmada en los años recientes tiempo ante la TV se mantiene constante a pesar de que hubo incremento disponibilidad de programación a través de la creación de la Tercera Cadena, Alemana de TV y la elevación de horas de transmisión en las otras 2 Redes (7). Un estudio (1978) en una muestra representativa de toda la población de USA, mayor de 16 años, señalaba que se dedicaban 16 horas semanales como

promedio a ver TV y horas semanales promedio a escuchar Radio (8); prácticamente se escucha tanta radio como se mira TV. Según ese mismo estudio, después de ver TV (760%), escuchar radio es la según actividad preferida en tiempos libres (56%); luego aparece la lectura (no relativa a trabajo a estudio) con un 55% y un 54% lo prefiere "escuchar música". Además de los receptores radiales, la electrónica moderna de audio está proporcionando a los hogares aparatos que permiten una reproducción musical de alta y creciente calidad; la TV no sólo compite con la radiodifusión sino la audición en el hogar de otras grabaciones independientes de las transmitidas por radio (9).

b) Simultáneamente, los último veinte años y en particular la década del 70 ha visto emerger con fuerza las llamadas radios "locales" ' fenómeno que, en Inglaterra e Italia se ha desarrollado de manera extraordinaria. La radio local ha venido a desplazar a las grandes radios nacionales, con estudios y programación centralizada, por una multiplicidad de pequeñas emisoras con programación autónoma íntimamente ligada con las necesidades de los auditores locales. Francia y España han intentado seguir esta tendencia estableciendo emisoras regionales con relativa autonomía de los estudios centrales. Este fenómeno de las radios locales, por una parte pone en tela de juicio el supuesto efecto de homogeneización masiva que producirían los medios masivos programados centralizadamente y, por otra parte, es una **respuesta a las necesidades de expresividad cultural** de los múltiples centros urbanos y comunidades que no sienten satisfechas sus necesidades de información, entretenimiento y solución a problemas comunitarios por los medios programados nacional y centralizadamente. A la emergencia de las radios locales AM se debería añadir la multiplicación de emisoras FM, de menor cobertura por las características de su onda. El auge radial en los Estados Unidos es un fenómeno sorprendente el cual ha sido analizado en ediciones especiales de revistas como **Business Week** (10).

c) En algunos países de Europa y del Tercer Mundo se ha comenzado a tomar conciencia que ante una TV, cuyos altos costos de producción van conduciendo a una incorporación creciente de programas extranjeros elaborados industrialmente y distribuidos transnacionalmente, la Radio aparece como un medio capaz de ser programado con material de producción nacional y con un costo más razonable

(1.1). Ante, pues, la transnacionalización de la programación televisiva, el medio radial se revaloriza como un canal que podría contribuir a **preservar la identidad cultural nacional y local**; no sólo la creación musical, sino también la comunicación informativa y el apoyo a procesos instruccionales o de desarrollo social, a través de la radio ven acrecentadas su capacidad expresiva.

Se da pues un conjunto amplio y variado de síntomas que apuntan hacia una revitalización del medio radial y un reaprecio de su potencialidad como canal de expresividad y preservador de la identidad cultural regional. Tal posible contribución de la Radio a la expresión y creación cultural, y a la génesis musical específicamente, supone como condición el abandono del modelo de la radio-tocadiscos -típico de la década del 70 en Chile y una nueva organización técnico-espacial que permita recuperar el contacto directo con los procesos generadores de música, antes de que ésta se haya transformado en un producto tecnológicamente envasado. El retorno de la radiotelefonía a su doble fuente de alimentación permite una menor dependencia de la industria fonográfica -es decir, de los productos musicales industrializados y acentuadamente transnacionalizados -y un real acceso, más inmediato, a los procesos creadores y renovadores de la música popular nacional. Al retomar el contacto directo con intérpretes y conjuntos musicales, la Radio recupera su función expresiva y se constituye en medio de salida del movimiento de renovación musical. El recuperar este tipo de organización parece condición sine qua non para que la radio transforme alternativamente su programación y sea capaz de contribuir a estimular la dinámica generadora de música nacional. Una vigorosa creación musical necesita no sólo una industria fonográfica para envasarla y distribuirla, sino aún más primordial y previamente una organización radial alternativa que permita el contacto vivo entre artistas o creadores y el público; organización radial que permita la búsqueda permanente de nuevos talentos y aliente al creador intérprete y semiprofesional. Sólo un movimiento vigorosa de esta naturaleza constituye el "humus" del cual van brotando los artistas y grupos que se afiatan y se profesionalizan. Más que una competencia entre Radio y TV, en este sentido se produce más bien un relevo: la Radio, mejor que la TV, puede constituirse en un medio de renovación y búsqueda de talentos; la TV -por su carácter de espectáculo más elaborado, incluso descalificador y destructor de lo tentativa- es un medio más adecuado a un nivel de profesionalismo.

Pero aún para el artista consagrado, la Radio ofrece la posibilidad de mayor presencia, puesto que la Radio no "gasta" al intérprete como acontece con la TV (una canción puede repetirse varias veces al día en una emisora radial; tal repetición sería insoportable en TV).

En síntesis, la introducción de la TV en Chile ha afectado cualitativamente al medio radial: se fue abandonando la doble fuente alimentadora de las emisiones, el material envasado y la transmisión de espectáculos vivos desde los estudios de la estación la Radio revolucionó hacia casi programación dependiente casi exclusivamente del material envasado (12). Como consecuencia, la grabación industrial y comercializada se interpuso entre la radiodifusión y el movimiento musical; la Radio perdió el contacto directo y fertilizador que había mantenido con los procesos renovadores de la música popular. En las recientes tendencias que revalorizan el medio radial, se constata que éste puede desempeñar un importante rol en la expresión y conservación de la identidad cultural regional. Para el movimiento creador musical nacional, tan importante como acceder a la industria fonográfica es apuntar a un modelo radial alternativo que permita el contacto directo y en vivo del artista con la radioaudiencia. Una organización que permita tal relación inmediata --anterior a la grabación industrial-- aparece posibilitando una programación que constituye un poderoso incentivo al proceso de génesis musical popular.

7. Conclusión

Se ha mostrado en este estudio que la TV puede organizarse y programarse centralizadamente -como ocurre actualmente en Chile- o ceñirse a un modelo alternativo: regional y descentralizado. Este último modelo aparece posibilitando los procesos generadores de cultura, es decir, estimulador de la identidad cultural amenazada por una organización televisiva centralizada y programada con productos sustancialmente procedente del extranjero. También se ha visto que la Radio, afectada por la introducción de la TV, evolucionó hacia un modelo de organización en que la programación se efectúa primordialmente utilizando material envasado, en particular

música editada industrialmente. Tal modelo radial se aísla de los procesos generadores de música nacional y una contribución de la Radio a la dinámica creadora musical exige un modelo alternativo, en el cual se posibilite una conexión directa y viva del movimiento renovador musical con la radioaudiencia, previamente a la grabación industrial.

Nos parece haber descrito modelos alternativos de TV, y Radio, unos son organizaciones cuya programación descansa en porcentajes sustanciales en productos, mensajes comunicacionales de procedencia externa; otros, en cambio, son modelos organizacionales que posibilitan, crean las condiciones para una programación que sea expresiva de la creación cultural regional y nacional, en la cual nos parece que va ocurriendo el proceso de génesis de la identidad cultural (13).

8. Notas

[*]El autor es miembro de la directiva de la Asociación de Investigadores de la comunicación de Chile (ALCCH) y Colaborador del Taller de Vector (Chile). Se ha desempeñado, además, como periodista radial. Este ensayo fue enviado a la Revista ININCO en la ocasión de celebrarse en Caracas la conferencia AIERI- IAMCR en Agosto 1980.

(1). Véase "La TV chilena ante la década del 80. Valerio Fuenzalida F. Este trabajo en el cual se desarrolla más amplia y complejamente la relación cultura-comunicación se publicará próximamente en la revista chilena "Estudios Sociales" CPU.

(2)"Según UNESCO, los países en desarrollo entro 50-90% de sus programas (de TV) desde los países desarrollados, creando problemas en el flujo de información. USA es el mayor exportador, vendiendo más de 100.000 horas por año --el doble que todos los demás países en conjunto". World Broadcast News. Julio 1980- Vol. 2 Nro. 11, pag. 24.

(3)Cfr. Leyes de Radiodifusión. Ed. Internations. Bonn. 1979, RTVE. Informe 1978 y 1979; Madrid-, BBC Handbook 1978.

(4) Expresividad se emplea en el sentido que R. Jakobson define la función expresiva del lenguaje, cfr. Lingüística y Poética en "Essais de Lingüistique - Générale". Minuit. Paris, 1963.

(5). En un artículo anterior (V. Fuenzalida F. "La influencia de la TV en otros medios de comunicación social"; revista Estudios Sociales No.22 Santiago. 4to. trimestre 1979 pp.127- 143) se ha estudiado el efecto que cuantitativamente ha significado la introducción de la TV en Chile para otros medios de comunicación, excluyendo la Radio. Aquí se destaca el impacto cualitativo que ha experimentado la organización y programación radial ante el surgimiento de la TV chilena.

(6)Este hecho de ninguna manera es un fenómeno que ha afectado al medio radial en todas partes; la BBC de Londres, por ejemplo, transmite mensualmente alrededor de 30 obras radio-dramatizaciones: clásicos universales, obras inglesas consagradas, narraciones breves leídas, obras originales para radio de los géneros más diversos: ciencia ficción, policial, Cfr. "London Calling", boletín mensual de la BBC.

(7) D. Stolte. "Influjo de la televisión en individuo y sociedad". Universitas. Vol. XV 1 1 - Mayo 1 980 (Nro. 3) pp. 178 ss.

(8)Me Evoy G. F., Y Vincent C.S. "Who Reads and Why?" J. of Communication Vol. 30 (Winter 1980) Nro. 1 pág. 137.

(9)El siguiente cuadro, con cifras proporcionadas por el Banco Central de Chile, muestra la evolución reciente en las importaciones de radorreceptores y televisores. Tal evolución es francamente favorable a la radiotelefonía:

Importaciones	1978	1979	Vr%
	(Millones de dólares)		
radorreceptores	36.2	46.8	29.3%
TV color	48.6	44.8	7.8%
Tv B/N	22,1	16.6	24.9%

(10)Cfr. Radio Facts Book. New York. 1979

(11) En Chile se estima que instalar, equipar y operar una Radioemisora de 10 KW supone una inversión de alrededor de 800 mil dólares; en cambio equipar y poner en operación de TV requiere una inversión estimada en aproximadamente 35 millones de dólares.

(12) En esta evolución hacia la emisión de material envasado se puede identificar un par de influencias televisas que parecen haber actuado acumulativamente: 1) por una parte la disminución de ingresos por vía publicitaria, única fuente de financiamiento de la radiotelefonía, al derivar una parte creciente hacia la TV. Desde 1975 en adelante, al acabarse el subsidio fiscal a la TV chilena obligándola al autofinanciamiento vía publicidad comercial, la sustracción de recursos publicitarios a la radiotelefonía se acentuó, concentrando en 1979 la TV el 37% del gasto total anual en publicidad (Fuente: Grafi Matie Int. Corp). Los radiodifusores señalan que los espectáculos vivos demandan mayor inversión que transmisión de material grabado. 2) por otra parte, además de la anterior influencia económica, muchos directores de estaciones radiales estimaron que los Auditoriums con presencia de público e intérpretes ya no tenían razón de ser en la Radio; el público ya no concurriría a los estudios de las radioemisoras puesta que la TV proporcionaría la imagen visual de los artistas (se supuso que tal -era la motivación para concurrir a los Auditoriums). La ironía del caso es que la propia TV chilena ha ido produciendo espectáculos transmitidos o grabados, en salas con presencia de público; se fue constatando que la relación empática entre el artista y el público influía decisivamente en la calidad de la interpretación. Y el propio público fue descubriendo que la imagen televisiva proporcionaba una relación cualitativamente diferente a la relación grupal de contacto más bien físico (y no electrónico) con el artista. El prejuicio de que la imagen televisiva alejaría al público del contacto directo con el artista contribuyó a clausurar los espectáculos vivos radiodifundidos.

(13) Se observará que en este artículo se ha desarrollado el problema de la identidad cultural oponiendo, como los extremos polares de una línea continua, los conceptos de producto y proceso. Se ha señalado que la identidad cultural surge cuando ocurren procesos generadores de bienes

culturales. No hablamos de "contenidos" de estas procesos, los cuales son valorados de modo -diferente según las épocas históricas y los grupos sociales. Al hablar de estos modelos alternativos de TV y Radio y su influencia en la génesis cultural, tampoco nos hemos referido a la viabilidad detalles modelos, tal análisis es una cuestión menos estrictamente comunicacional más bien interdisciplinaria.