

U-132



LA TELEVISION  
Y SU IMPACTO  
EDUCATIVO  
antonio carkovic

República de Chile - Ministerio de Educación  
Centro de Perfeccionamiento, Experimentación  
e Investigaciones Pedagógicas.

COLECCION: LUMEN TERRAE N°7

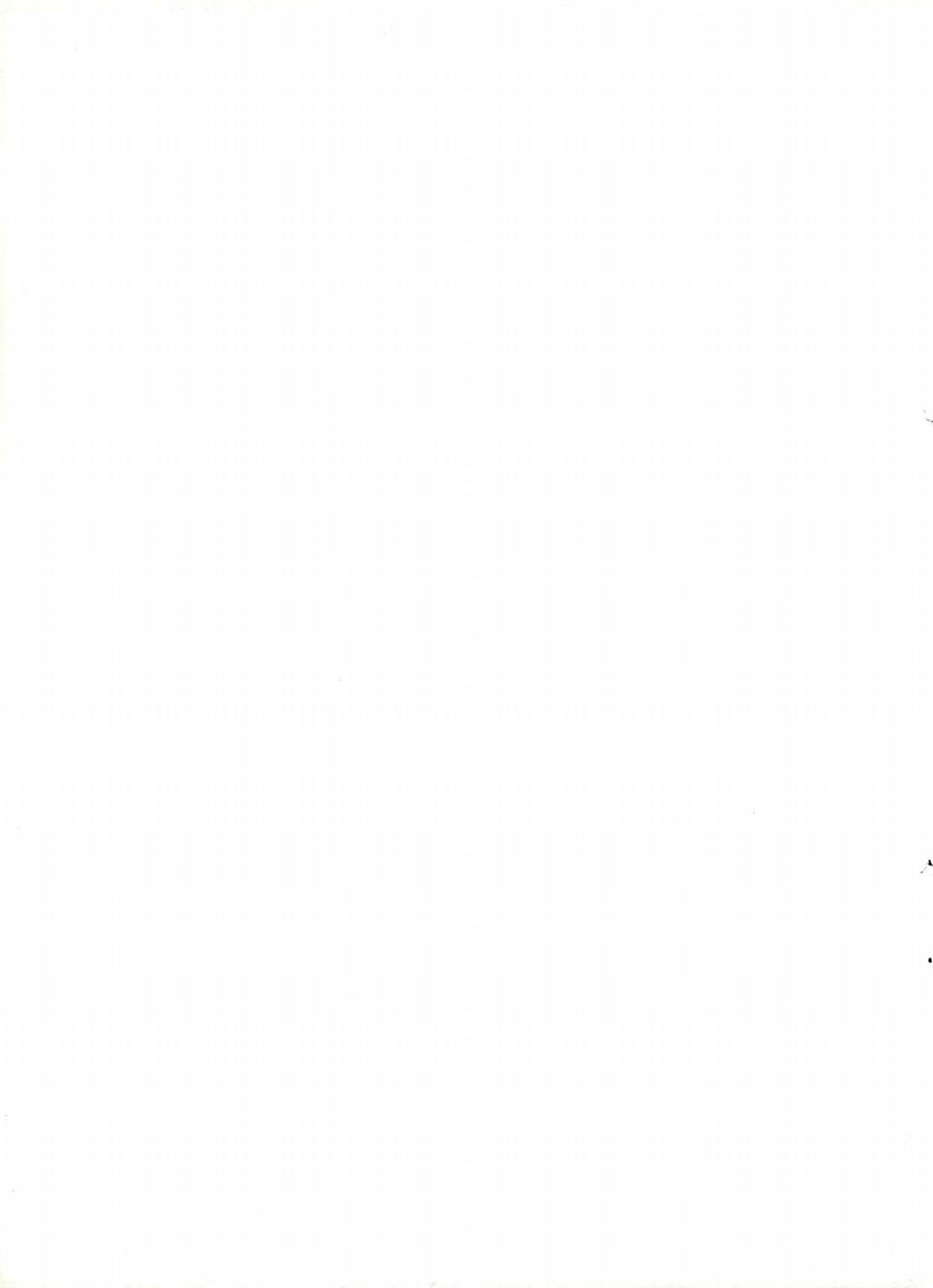
Las páginas que siguen corresponden a una presentación que su autor hiciera en el encuentro sobre Teleducación realizado recientemente en la Universidad del Norte de Antofagasta, dentro del marco del "Proyecto Capricornio", y a expresa solicitud de sus organizadores, distinción que agradece muy de veras.

Lo Barnechea, Mes de la Patria de 1978

Carkovic, Antonio U-132  
Television

**LA TELEVISION Y SU IMPACTO EDUCATIVO**

**PROF. ANTONIO CARKOVIC ETEROVIC**



“Desde antes del mediodía y hasta pasada la medianoche, el nuevo dios electrónico nos habla, nos canta, nos llena de imágenes, halagándonos, sometiéndonos a mínimas pruebas intelectuales para que no lo abandonemos, para que sigamos siéndole fieles e incondicionales”.

ENRIQUE LAFOURCADE



## Algunas precisiones iniciales

1. Confieso, sin arrogancia alguna, no pertenecer a la era de la televisión. Perteneczo aun a la época abierta en la Historia por Gutenberg. Puedo vivir sin televisión. No puedo vivir sin el diálogo con el texto escrito. Reconozco, sin embargo, que hay cientos de millones de hombres y mujeres en el mundo que no están casados (con "s") ni se casarán jamás con la lectura. En cambio, reconozco que esos cientos de millones de hombres y mujeres están cazados (con "z") por la televisión. No pueden vivir sin ella. Y morirán con ella, no sé si a causa de ella.
2. Se dice —en mi opinión, con excesiva desaprensión— que la ciencia y la tecnología no son, en sí mismas, ni buenas, ni malas, en un sentido ético amplio. No estoy muy seguro que sea así. Al fin y al cabo, la ciencia y la tecnología son "productos" del hombre. Y el hombre no es neutro. Tiene su carga de motivaciones, intereses, grandezas y miserias que, inevitablemente, tiñe todo lo que hace. Para no entrar en una interminable argumentación y, quizás, en una inútil discusión, concedo por vía metodológica, que la ciencia y la tecnología —desprendidas de los hombres de carne y hueso que las crean— son, en sí mismas, éticamente neutras. Rechazo categóricamente que todos los "productos" de la ciencia y de la tecnología —todos, sin discriminación—, sean éticamente neutros.
3. El producto científico —tecnológico denominado "Bomba H" no es en sí mismo éticamente neutro. Está concebido y construido para la destrucción del hombre y del mundo. Caeríamos a un nivel de cinismo realmente infinito si la Bomba de Neutrones que mata al hombre, conservando intacta la morada que construyó para vivir, fuera calificada como éticamente neutra. Es un producto "intrínsecamente perverso". Y así, por el estilo. No ocurre lo mismo con el producto científico-tecnológico que conocemos como "televisión". La televisión como instrumento de comunicación masiva es, real-

mente, neutro. Todo depende de su manejo. Cómo y con qué fines se la utiliza. La televisión, en sí misma, no es buena, ni es mala éticamente hablando.

4. No obstante lo anterior, una vez producido “el encendido” de un canal de televisión, su neutralidad ética se esfuma. Desaparece e ingresa —la televisión— en el terreno axiológico porque emite, quíeralo o no, mensajes. Y un mensaje dice algo a alguien. Y dice algo para que produzca algún efecto en ese alguien, salvo que, como lo apuntara el fino humorista inglés, Chesterton, los mensajes se expresen con palabras a las cuales se les eliminen, por ejemplo, las vocales. En tal caso, el mensaje sería una idiotez para idiotas. Es decir, nada. No es, por cierto, el caso de los mensajes de la televisión.
5. Por todo lo anterior, sostengo que la televisión tiene siempre y para todos —también, para mí, cuando veo televisión— **un impacto educativo**. Dicho de otro modo: **todos** los mensajes que emite la televisión, incluso los deportivos, educan. La cuestión de fondo radica en el signo de ese impacto. El signo puede ser — (negativo) o + (positivo). Que a un mensaje de la televisión se le pueda anteponer el signo — (menos) o el signo + (más) es un problema que debe ser resuelto a la luz de un sistema de valores. Y cuando entramos en el ámbito de los valores, entramos de lleno en la educación del hombre. Los valores implícitos en los mensajes de la televisión son los que, en definitiva, refuerzan o modifican radicalmente las **conductas** del hombre.
6. Si es legítimo postular el cese universal de la fabricación de las bombas nucleares y la destrucción del stock existente, no es legítimo postular el cese de la investigación científica en torno a la energía atómica. En cambio, no es legítimo postular ni el cese universal de la fabricación de los productos electrónicos de comunicación masiva, ni el de las investigaciones científicas al respecto. Posturas diferentes, como se ve, que se justifican en función del potencial positivo que envuelve, en ambos casos, la investigación científica y la carga negativa que encierra, en el primer caso, esa investigación aplicada a la fabricación de productos intrínsecamente destructores del hombre y de su civilización.
7. La distinción que acabo de anunciar se refuerza, desde mi



punto de vista, porque la televisión tiene virtualidades positivas inconmensurables a nivel de la educación masiva.

Pienso, al respecto, que la televisión impacta a nivel del sistema de valores de la teleaudiencia y, por tanto, de algún modo y en grados diferentes, según los estratos socio-culturales que componen esa teleaudiencia, crea, sustituye, modifica o neutraliza patrones de conducta. En último término, la televisión va conformando un cierto tipo de "nueva cultura" que, al confrontarse con la que prevalece en el medio, origina las más serias tensiones de todo orden. Sobre el particular, ya alguien advirtió de los peligros que implica la red planetaria de comunicaciones electrónicas, toda vez que supone la vigencia de una supercultura mundial enfrentándose a las culturas autóctonas ubicadas en una indefensión prácticamente insalvable.

Sea como fuere, me interesa aquí sentar dos realidades quizás obvias, pero, importantes. La primera está dicha: la televisión educa; la segunda hay que decirlo ahora: cuando sostenemos que la televisión educa, no aludimos ni específica ni excluyentemente a los programas de teleducación, es decir, a aquéllos que deliberadamente se inscriben en el área de lo que entendemos por educación formal a la cual, dichos programas, refuerzan, complementan u operan subsidiariamente. Sostengo que todo programa de televisión, sin excepción alguna y minuto a minuto, educa. Otra cosa es, como ya lo indiqué antes, el signo de ese impacto educativo.

8. Si todo lo que acabo de precisar es razonablemente aceptable, entonces, el medio de comunicación masiva denominado televisión no nos debería preocupar demasiado en términos de su utilización como instrumento de teleducación, entendida ésta como un sistema de educación a distancia que apoya, complementa o actúa en subsidio de lo que conocemos como educación formal. Lo que, de verdad, debe preocuparnos prioritariamente respecto a la televisión es que ésta ejerza su poder educativo a través de una programación deliberadamente positiva, con signo + desde el punto de vista ético-cultural amplio. Si así ocurriera, los mensajes de la televisión serían, en orden a sus objetivos, convergentes, de facto, con los objetivos explícitos del sistema nacional de educación. Esta hipotética y deseable convergencia restaría importancia a los programas específicos de teleducación que, por lo demás,

aparecen terriblemente cuestionados en cuanto a su real eficacia. Más que esforzarnos por crear programas estructurados de educación a distancia vía televisión, esforcémonos por hacer de la televisión lo que debe ser: un instrumento de educación con signo positivo siempre, lo que, por cierto, no significa transformar a la televisión ni en cátedra, ni en escuela.

9. Para el ilustrado lector de estas páginas, puede resultar ociosa esta última precisión. Excúsenme, sin embargo, el que la formule. Se trata de la adjetivación que suele agregarse a los modernos medios de comunicación. Los calificamos como medios de comunicación **masiva**.

Todos recuerdan que Ortega y Gasset, en su ensayo "La rebelión de las masas", consigna uno de los indicadores más concretos y visibles del fenómeno. El apunta que todo está lleno, sobresaturado de gente: las calles, las plazas, los hoteles, los estadios, las tiendas, los cines, las pistas de baile... Todos los sitios de la tierra sufren esta invasión multitudinaria. Creo, no obstante, que es útil distinguir en los términos: "**masivo**", "masas", dos dimensiones: la cuantitativa y la cualitativa. La explosión demográfica se traduce en un fenómeno numérico: nuestro planeta parece sobrepoblado de seres humanos. Este es un dato estadístico simple. No tenemos derecho a derivar de él consecuencias necesarias e inevitables de índole cualitativa, como, por ejemplo, que el número determina fatalmente una mutación en la naturaleza del hombre y en la estructura de sus apetencias y comportamientos. Quiero explicarme: el aumento casi exponencial de la población del mundo ha hecho variar, sin dudas, el estilo de vida del hombre contemporáneo, pero, lo que sostengo es que ese incremento poblacional no tiene por qué ir ligado de manera inexorable a un deterioro de su estilo de vida. Si ha ocurrido así, se trata, simplemente, de otro hecho o dato, pero, no de una forma inscrita en un cierto determinismo histórico.

En otras palabras: la masificación del hombre contemporáneo no radica en que seamos numéricamente más, sino, en que podamos llegar a ser cualitativamente menos. Si esta afirmación es exacta, significa que un medio de comunicación es masivo porque su cobertura alcanza prácticamente a toda una población y no porque sus mensajes estén diseña-

dos en función de que esa masa, per se, sea cualitativamente menos.

Con esta distinción obvia, me parece, se plantea a los medios de comunicación masiva —a la televisión, sobre todo— un desafío ético-cultural de la mayor envergadura imaginable. Se trata, en efecto, de llegar a la **masa** sin olvidar que ella se compone de individualidades humanas que, si bien experimentan cambios en cuanto integrantes de un conglomerado, no pierden por ello su calidad esencial de personas a cuya condición superior debería apelar el mensaje de cualquiera de los medios modernos de comunicación masiva. Si la televisión va a la masa como tal, considerándola un ente en sí, distinto sustantivamente del conjunto individual de personas que la integran, entonces, la televisión contribuye a la masificación cualitativa del hombre de hoy. Si en cambio, la televisión opera considerando que la **teleaudiencia**, no obstante su vastedad y cuantía, está compuesta de hombres y mujeres con rostro propio cada uno, entonces, la televisión contribuye a elevarlos cualitativamente, es decir, desmasifica al hombre de nuestro tiempo.

En síntesis: que la televisión sea un medio de comunicación masiva no la obliga a actuar como si su objetivo consistiera en masificar cualitativamente a aquéllos a quienes van destinados sus mensajes.

## EL POTENCIAL EDUCATIVO DE LA TELEVISION CHILENA

El año recién pasado, dirigí un seminario de Licenciatura en la Escuela de Educación de la Pontificia Universidad Católica de Chile sobre el tema que nos preocupa aquí. Se trataba de una investigación exploratoria circunscrita al Gran Santiago, muestra, por lo demás, bastante significativa para los efectos de apreciar los resultados preliminares de ese trabajo. Deseo echar mano de unos pocos datos de esa investigación para apoyar el resto de mis apreciaciones.

El 22 de agosto de 1959, la Universidad Católica de Valparaíso inaugura la primera estación de televisión del país con programación propia. En ese entonces, sólo 14 familias disponían de un aparato de televisión que les permitió presenciar, en sus hogares, el parto histórico de la televisión chilena.

Veinte años después, en 1979, se calcula que habrá sobre un

millón de televisores funcionando en los hogares de Chile. Prácticamente, un aparato de televisión por cada diez habitantes del país. Agrego, el año pasado —1977— existía un televisor por cada catorce habitantes.

La cobertura de la televisión chilena es, pues, total. Nadie escapa a su influencia. Pocos quieren o pueden escapar de ella.

Otro dato sencillo: el conjunto de canales de televisión radicados en Santiago transmite un total de 1.300 horas mensuales lo que, eventualmente, significa que el mes-calendario del santiaguino que no quisiera perderse ninguno de los programas tendría que ampliarse a 54 días, o si les parece mejor, que el día del santiaguino debería contar con 43,33 horas y no con 24. Por otra parte, el 76,4% de la población de Santiago —ya nos hemos empinado sobre los cuatro millones— ve televisión todos los días sin excepción. Aquí hay otro fenómeno sociológico digno de estudio: el televidente de la semana corrida.

Si extrapoláramos estos datos a nivel nacional —y hacia allá caminamos— yo podría proponer el estudio de una hipótesis realmente terrorífica, una suerte de simulación de suicidio colectivo.

Supongamos que, por un azar misterioso o por un “coup de force” casi inimaginable, pero, teóricamente posible, todos los canales de televisión de Chile durante las 1.300 horas mensuales de transmisión emitieran sus programas en inglés, un “inglés yanqui”, por supuesto. ¿Qué ocurriría? En un lapso relativamente breve, los chilenos hablaríamos en inglés, pensaríamos en inglés y, por cierto, actuaríamos a lo yanqui. Chile se habría vaciado de su propia sustancia íntima, habría perdido su identidad. A este extremo podríamos llegar, en una hipótesis absurda; pero, lo absurdo, sin embargo, se da.

Creo que este evento imaginario, cuyas consecuencias rechazamos instintivamente, subraya, de modo dramático, el poder educativo —transformador del funcionamiento de los mecanismos más profundos y más delicados de la persona humana— que aquí y en cualquier parte del mundo posee la televisión. Otro dato más, extraído de la investigación a que me referí: con muy irrelevante diferencia porcentual entre ellos, los canales de televisión de Santiago destinan el 61% de su tiempo de transmisión a programas de “entretenimiento” que se desahogan en teleseries, show semanales, programas infantiles, etc. Se excluye de ese 61% el tiempo destinado a la publicidad que, como es sabido, entretiene mucho a los que la financian.

En cambio, entre un 2,2 y un 3,1% del tiempo total de transmisión es dedicado por esos canales a programas que se caracterizan expresamente de "educación y cultura". En esos porcentajes debe incluirse la denominada "Franja cultural" obligatoria para todos los canales y sobre cuyos renuncios, en el pasado, "no quiero acordarme...". ¿Y cuál es la marca de fábrica de los programas que transmiten nuestros canales de televisión?

En 1977 —año de la investigación— el 58,5% de los programas eran de factura foránea —importados— y el 41,50% de origen interno. A estas alturas —me parece— no sólo no se han modificado esos valores porcentuales. Me temo que se ha agudizado el desbalance en contra de los programas producidos en el país. Hay que añadir que es creciente la tendencia a incluir, en la publicidad por televisión, "spots" de origen también extranjero y, en casos, incluso, "parlados" en "inglés yanqui".

Finalmente, aunque la investigación en que me apoyo no penetró específicamente en el asunto, debe dedicarse atención especial a lo que es publicidad comercial por televisión. Y esto, por tres razones. La primera: ustedes saben lo que significa la teleaudiencia cautiva y como se manipula este factor. Pues bien, nunca es más cautiva —atada de pies y manos— una teleaudiencia que frente a la publicidad televisiva. La experiencia personal de cada uno, me ahorra entrar en fundamentos para tal afirmación. La segunda: la publicidad por televisión suele tener un poder impactante mayor que los propios programas que, mediante ella, se financian. Les confieso —sin ser yo experto en la materia— que cierta publicidad por televisión es una joya de inventiva, buen gusto y hasta de arte, en un sentido amplio. En cambio, en la mayoría de los programas que esa publicidad financia, escasean la inventiva, el buen gusto y, naturalmente, el arte. La tercera: la publicidad, tal cual se da hoy entre nosotros, apela, con creciente frecuencia, a dos resortes de eficacia ciento por ciento. El uno toca al frágil sistema de las expectativas y aspiraciones del hombre-consumidor. Crea necesidades. El otro incide de modo sutil o directo, pero, igualmente eficaz, en la sexualidad. Asedia a uno de los instintos básicos de la especie.

Me adelanto a declarar enfáticamente que si la televisión educa con alguno de los signos indicados (+ —), la publicidad, vía televisión, educa incuestionablemente y con una capacidad de penetración psicológica perforante. No puedo dejar de participar a ustedes —porque vale más que mil argumentacio-

nes sobre el poder educativo de la publicidad vía televisión— una anécdota que vivió uno de mis alumnos universitarios.

Realizando éste una encuesta no estructurada, se topa con un muchachito de 6 años de una población cuasi-marginal del Gran Santiago y, en el transcurso del diálogo, muy suelto y muy simple, de pronto, el niño declara que “su” mamá no quiere a “su” papá. Imaginen ustedes la sorpresa del desprevenido encuestador. Transcribo casi literalmente la parte del diálogo que nos interesa.

—“Y, ¿por qué dices tú que tu mamá no quiere a tu papá”?

Responde el niño:

—“Porque mi mamá no le prepara sopas X (aquí el nombre del producto) a mi papá”.

Así de simple: el niño concluyó lo que, de verdad, quería la publicidad que todos los televidentes concluyan: que el amor de la pareja humana existe si acaso ella le prepara a él una sopa de una determinada marca. Y si no, no. Si podemos abrigar dudas sobre el potencial educativo de la televisión, que lo diga el niño de esta anécdota trágica.

## **¿QUE HACER CON EL POTENCIAL EDUCATIVO DE LA TELEVISION CHILENA?**

La pregunta vale si acaso ustedes comparten mi convicción muy profunda en el sentido que la televisión educa y que la educación masiva de la televisión chilena tiene un signo, por el contenido y forma de la inmensa mayoría de sus programas, claramente negativo. Aunque el asunto no debe festinarse, comparto el juicio de un hombre vinculado a la televisión que acaba de declarar que ésta, en Chile, está creando “la subcultura del chicle”.

Ustedes saben que el chicle es un producto foráneo que, inicialmente, engolosina al paladar más exigente. A poco andar y por efecto de su mecánica masticación, produce un exceso de jugo gástrico. Este, actuando en el vacío, termina por crear úlceras. Las úlceras descuidadas e inadvertidas, producen cáncer. Estamos, pues, en la subcultura del cáncer. Pero, además,

el chicle, prontamente se transforma en una pasta desabrida de la cual el paciente se desembaraza lo antes posible si es que no lo ha cogido el hábito de masticar por masticar.

¿Puede ser ésta una caricatura de la televisión mirada desde el ángulo de su influencia educativa? Si esta caricatura no refleja todavía exactamente a la televisión chilena es cuestión de tiempo, si a tiempo no reaccionamos como una comunidad de hombres y mujeres con amor por la tradición nacional —lo que fuimos— con respecto por lo que somos y con devoción hacia lo que queremos ser: nuestro Proyecto Histórico Nacional.

Es sobre esto que quiero centrar la última parte de mi intervención esta tarde.

Yo pienso que la televisión en Chile —como en cualquiera de los países de nuestra América hispana y cristiana— es asunto de vida o muerte. Como no tenemos “una televisión propia”, la televisión nos está matando el espíritu nacional. Y el nuevo espíritu no enriquece al nuestro; simplemente, lo sustituye. Yo no sostengo que, por ejemplo, la “cultura yanqui” es inferior a la nuestra y que por ello debemos evitar su influencia vía televisión. Yo sostengo que la cultura yanqui no es “nuestra cultura”. Y sostengo más: que nuestra cultura —amarrada a Grecia, a Roma, a Francia, a Italia, a España, tiene prestancia, dignidad y categoría propias. Es digna de sobrevivir y de ser defendida. Esta defensa y sobrevivencia de “nuestra cultura” es la defensa y sobrevivencia histórica de nosotros mismos —de cada uno de nosotros— y, por cierto, de nosotros como comunidad nacional.

De esto se trata. Por eso sostengo que si algún medio de comunicación masiva —por ejemplo, la televisión— deliberadamente o no —corroe de modo silencioso, pero, implacable— las raíces de nosotros mismos como personas individuales y como comunidad de personas, es decir, como Nación, entonces quiere decir que la televisión nos está planteando un desafío realmente histórico.

¿Cómo responder adecuadamente a ese reto mortal? Por favor, no piensen ustedes que me estoy dejando llevar por las palabras. Siento con angustia este desafío. Y quisiera contribuir a enfrentarlo mientras no sea demasiado tarde.

Desde luego, aquí entramos definitivamente en el campo de las opciones políticas. ¿Qué quiero decir con esto? Quiero decir que “alguien” debe tomar una decisión en beneficio de la “polis”, de la ciudad, de ese conjunto humano que se llama

Chile. Y el único ente capaz de tomar “una decisión política” —en la acepción que señalo— es el Estado.

Al Estado de Chile, en función del bien común de la Nación chilena, compete, exclusiva y excluyentemente, la regulación superior respecto al uso del medio de comunicación masiva que denominamos televisión. Yo estoy convencido que las regulaciones vigentes en la materia son insuficientes e inconducentes. No postulo un dirigismo estatal en el terreno de los medios de comunicación. Defiendo sólo la obligación del Estado de arbitrar las medidas que sean necesarias en concordancia con un instinto histórico primario: el de nuestra autoidentidad y auto-identificación nacional.

Sacamos poco con montar un sistema educacional diseñado para hacer de cada chileno un hombre o una mujer afincados en su historia, su tradición, sus valores y en las previsiones de su futuro, si acaso ese parasistema educativo que es la televisión se desentiende de los objetivos medulares que inspiran, explícitamente, el ingente esfuerzo de la Nación dirigido a educar a todos los chilenos. Si ustedes esperan una formulación más clara, diría lo siguiente: resulta a todas luces ingenuo esperar que la escuela forme hombres y mujeres según un patrón de valores determinado si acaso esa escuela de educación masiva —la televisión— borra con el codo lo que aquélla pretende escribir con la mano.

Más técnicamente dicho, repito lo que al comienzo expresé: los objetivos de la televisión chilena deben ser convergentes con los objetivos del sistema nacional de educación. De otro modo, éste lleva todas las de perder y, la televisión, todas las de ganar. Ya hoy el impacto educativo de la televisión sobrepasa al impacto educativo de la educación formal. E incluyo en este término a la propia universidad.

¿Quiere esto decir que la televisión deba transformarse en cátedra y escuela a la vez? No, por cierto. Ya lo dije antes. Sólo se trata —y no es poco a estas alturas— que los programas de televisión estén inspirados en los valores que informaron, en lo sustantivo, nuestro pasado, que inspiran nuestro presente y nuestro futuro.

Para que esta afirmación no suene a palabrería hueca, digo: sólo se trata —y no es poco a estas alturas— que la televisión responda a una axiología vinculada con el fermento cristiano que atraviesa nuestra historia, que define nuestro presente y prefigura nuestro porvenir como Nación.



¿En qué otros valores nos podemos apoyar, salvo que queramos, premeditadamente, vaciarnos de nosotros mismos?

Desde O'Higgins para acá ¿con qué otros valores nos podemos identificar?

Señoras y Señores: es muy posible que alguno de ustedes no concuerde conmigo. Respeto la opinión de todos. Expreso sólo la mía: si no logramos producir un vuelco de 180° en la televisión chilena, es decir, si no logramos cambiar esa sutil sustancia espiritual —moral— que deliberadamente o no, circula a través de casi todos sus programas, incluyendo la publicidad, —sustancia espiritual las más de las veces ajena a nuestra propia sustancia espiritual como Nación— entonces querrá decir que no nos espera lo mejor.

No soy, sin embargo, pesimista. Advierto que un sector importante de la juventud chilena, por ejemplo, la universitaria, ve cada día menos televisión. Hay en ella, dado su nivel cultural, una capacidad de autodefensa —por sobresaturación— respecto a este medio de comunicación masiva.

Pero ¿qué ocurrirá con esa enorme masa de chilenos que, precisamente, por su bajo nivel cultural, no crea anticuerpos que la ponga a salvo de la influencia negativa de la televisión?

En nombre de esa enorme masa de chilenos de bajo nivel cultural, yo estoy seguro que pronto, muy pronto, el Estado de Chile, asumiendo su papel insoslayable de pormotor de bien común, dará un golpe de timón que produzca un vuelco de 180° en la televisión chilena. ¿Para qué? Para que realmente todos empujemos hacia el objetivo fundamental de esta hora: "Hacer de Chile una Gran Nación".



## POST-SCRIPTUM

### UNA DECISION OFICIAL POSITIVISIMA

Estando en prensa este opúsculo, se publica el Decreto N° 423 del Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones que, como una normativa, define, en sus líneas fundamentales, la **“Política Nacional de Telecomunicaciones”**. Su implementación será motivo de una futura ley que creará un Consejo Nacional de Radio y Televisión.

Esta noticia constituye un motivo de patriótica satisfacción que me complazco en destacar.

Asimismo, subrayo un aspecto medular de aquel documento oficial porque revela una clara toma de conciencia por parte del Supremo Gobierno en la importancia que todo este asunto encierra.

El referido Decreto N° 423 expresa que la telecomunicación es un factor determinante para el desarrollo del país **“para la preservación de los valores nacionales y bienestar de sus habitantes para la mantención de la unidad política y geográfica, social y cultural del pueblo chileno, así como para la seguridad nacional y la regionalización del territorio chileno”**.

Imposible, con menos y más claras palabras, definir mejor la trascendencia global de los medios no escritos de comunicación masiva.

Reitero mi satisfacción de chileno por esta histórica decisión del Supremo Gobierno de la República.

A. CARKOVIC

