



FACULTAD DE COMUNICACIONES

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DE CHILE

Buscar en Fcom

Google



[Portada](#)

[Periodismo](#)

[Dirección Audiovisual](#)

[Estrategias de Comunicación](#)

[Intranet](#)

- ▶ Acerca de la Facultad
- ▶ Programas de Estudio
- ▶ Investigación
- ▶ Medios de la Facultad
- ▶ Extensión
- ▶ Futuros Alumnos
- ▶ Ex-alumnos
- ▶ About Us
- ▶ Alumnos Extranjeros

Cuadernos de Información n° 13, 1999



Una medida de calidad: diversidad programática en la TV chilena 88-97

Los radicales cambios en el mercado televisivo chileno a partir de 1988 han ido acompañados por el optimismo de los partidarios de la liberalización y el pesimismo de sus detractores. Diez años después, un análisis sistemático de la diversidad de la programación –uno de los parámetros de calidad en TV– evidencia que ni unos ni otros tenían la razón. En cuanto a diversidad, los cambios han sido pocos. El estudio revela una creciente especialización de la oferta en los canales grandes y una mayor diversificación en los más pequeños. El resultado es cierta duplicación de géneros programáticos entre operadores de similar tamaño.

Sergio Godoy E.

Doctor en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Westminster, Inglaterra, profesor de la Escuela de Periodismo de la Universidad Católica de Chile [sgodoye@puc.cl].

La diversidad programática es un aspecto específico de la calidad televisiva. Pese al abuso del término calidad, éste ha sido poco estudiado. Abarca varias dimensiones de análisis.¹ Además, relaciona las características de un objeto con ciertos estándares anclados en valores y normas.² Como hay juicios de valor implicados, «la calidad es, desde un punto de vista lógico, indefinible [...] Es decidida, provisionalmente, por gente que acarrea sus propias interpretaciones y valores».³

Gran parte de estos juicios de valor se organizan en «teorías mediales», tales como la de la prensa libre, la de la responsabilidad social, o la autoritaria.⁴ Este artículo evalúa el desempeño de la TV abiertachilena desde la perspectiva del llamado interés público, enraizado en una tríada fundamental de valores occidentales contemporáneos,⁵ que las élites chilenas dicen compartir:

- Libertad (de expresión, de conciencia y de acceso a la información)
- Igualdad de oportunidades (relacionada con la idea de justicia y ecuanimidad)
- Orden y solidaridad (el reconocimiento de lo colectivo en aras de la estabilidad social y del imperio de la ley).

Este marco valórico asume que un prerrequisito básico del bienestar social democrático es la existencia de una amplia gama de alternativas programáticas disponibles al público.

1.1. Los diferentes tipos de calidad

La calidad (en tanto cumplimiento de ciertos estándares) es un fenómeno multidimensional. Involucra a legisladores, canales de TV, realizadores, entes regulatorios y a consumidores. Determinar los estándares que han de cumplirse (y cómo evaluarlos) es un proceso subjetivo que varía en el tiempo y el espacio.

Las distintas teorías mediales hablan de cuatro tipos de calidad: descriptiva, del receptor, del emisor y del profesional.⁶ La descriptiva examina esencialmente la relación entre contenidos y «realidad»: por ejemplo, estudios de veracidad y neutralidad de noticiarios. La del receptor, más estudiada, involucra la apreciación y atención del público frente a programas (Índices de apreciación británicos y otros enjuiciamientos cualitativos de los telespectadores).⁷ El tercer tipo, desde el emisor, ve cómo éste afecta a las audiencias (estudios de efectividad publicitaria, de efectos de la concentración de la propiedad de medios, o las investigaciones de agenda setting). Por último, está la excelencia y desempeño técnico según los profesionales de la televisión, incluyendo a periodistas.⁸ Estos tipos de calidad pueden analizarse en tres niveles diferentes: (a) el sistema de medios, (b) el canal de TV, y (c) el programa individual, el más frecuente de todos.

En 1986, el británico Comité Sobre el Futuro del Broadcasting (Informe Peacock) evaluó por primera vez al sistema de TV desde una perspectiva económica, y definió la satisfacción del consumidor como la máxima medida de éxito, léase de calidad.⁹ Concluyó que los mecanismos de mercado y la tecnología multicanal volverían obsoletas las viejas reglamentaciones televisivas y ofrecerían una mayor gama de buenos programas a gusto del cliente. Peacock admitió que el regulado sistema británico ya lograba eso (incluso mejor que los EE.UU.), pero supuso que no sería sustentable en el largo plazo.¹⁰

De este debate surgieron varios aportes. A nivel de programas específicos, realizadores consultados por el comité definieron calidad como logro técnico y contenidos claros, innovadores y relevantes. En tanto, Wober tomó la visión de la audiencia desde: (a) la satisfacción generada por programas o canales (índices de apreciación), (b) la «calidad» («deber ser») que el público atribuía al canal o programa, y (c) la amplitud de alternativas reales de visionado (programas existentes versus «choques» de programas a la misma hora en los distintos canales).¹¹ Por último, Blumler, Brynin y Nossiter compararon los sistemas televisivos de EE.UU., Australia, Suecia, Italia, Alemania, Francia y el Reino Unido, y destacaron la diversidad programática como una dimensión de calidad.¹²

1.2. El estudio de la 'NHK'

En este contexto surgió un ambicioso proyecto multinacional, coordinado por la red pública japonesa NHK,¹³ para medir calidad televisiva en diversos países. Cuantificar la calidad busca entender los dramáticos cambios del panorama audiovisual y clarificar qué tipos de funciones sociales debiera tener el broadcasting en el futuro: «el broadcasting, sea público o comercial, debiera mantener como objetivo primordial el de servir al público [...] En la medida que una organización televisiva cumpla con este rol de servicio público, [podemos] medir de manera adecuada la calidad».¹⁴

En Chile, la ley de televisión de 1970 restringía este rol sólo a las universidades y al Estado. Hoy existen además actores privados para desempeñarlo, y pueden ser evaluados en consecuencia.

El estudio de la NHK buscó cuantificar la calidad de la TV nipona, británica, sueca, estadounidense y canadiense en algunas de las dimensiones y niveles planetados más arriba. Podemos además añadir la dimensión de la empresa, que representa los parámetros del propietario y del avisador. El Cuadro 1 muestra estas áreas, a veces difíciles de conciliar.

Publicaciones



N° 23 - 2008- II

Cuadernos



N° 2 - 2009

Diario

ACEJMC

CLAEF



wiBit



SNDlatina