

Prospectivas para el año 2012 de la televisión de interés público de producción local en Medellín - Colombia*

Omar Mauricio Velásquez Hurtado** y Alejandra Castaño Echeverri***

Resumen

Analizar el consumo y la percepción sobre la televisión es vital para determinar su impacto en una sociedad determinada. **Objetivo.** Caracterizar el consumo y las percepciones que hicieron los televidentes de los canales locales y regionales de la ciudad de Medellín – Colombia durante el año 2008 y construir escenarios futuros para la televisión de producción local. **Materiales y métodos.** Investigación descriptiva y prospectiva. El universo estuvo conformado por cinco canales locales de televisión. Para la recolección de información se emplearon: una encuesta estruc-turada, observación encubierta, entrevista en profundidad y cuestionario Delphi. El estudio se desarrolló en tres etapas, en cada una se empleó un instrumento diferente diseñado para dar respuesta a una pregunta específica. **Resultados.** Se identifican los paradigmas que rigen la industria de la televisión local y regional y se construyen escenarios posibles para el año 2012. **Conclusión.** el estudio permitió construir la ruta que en prospectiva permitirá la revisión de los modelos de producción actuales, acorde con los intereses, las expectativas y la domesticación de nuevas tecnologías por parte de la audiencia.

Palabras clave: Prospectiva, televisión de interés público, teleaudiencia, consumo de televisión, esquemas de producción, opinión pública.

Artículo recibido 03-03 de 2009, última revisión 31-08 de 2009

2012 outlook for the public interest television produced in Medellín-Colombia

Abstract

It is vital to know the consumption and perceptions on television in order to determine its impact within a society. **Objective.** To characterize the consumption

and perceptions made by TV viewers of local and regional channels in Medellín, Colombia, during 2008 and construct the future scenarios for the locally produced television. **Materials and method.** Descriptive and foresight research. The universe includes five local television channels. To collect the information a structured survey was used and also covered observation, in-depth interview and a Delphi questionnaire. The research work was developed in three stages. For each one a different instrument was used, according to the necessity of answering a specific question. **Results.** The paradigms that rule the local and regional televisions were identified and possible scenarios for 2012 were foreseen. **Conclusion.** This research work helped to construct the route that, at a future sight, will allow the revision of the current production models, according to the interests, expectations and the domestication of new technologies made by TV viewers.

Key words: Outlook. Public interest television. Viewers. Television consumption. Production schemes. Public opinion.

Prospectivas para o ano 2012 da televisão de interesse público de produção local em Medellín – Colômbia

Resumo

Analisar o consumo e percepção da televisão é vital para determinar seu impacto numa sociedade determinada. **Objetivo.** Caracterizar o consumo e percepção que fizeram os tele - videntes dos canais locais e regionais da cidade de Medellín – Colômbia durante o ano 2008 e construir palcos futuros para a televisão de produção local. **Materiais e método.** Investigação descritiva e prospectiva. O universo esteve confor-mado por cinco canais locais de televisão. Para a recolha de informação se empregaram: uma enquete estruturada, observação encoberta, entrevista em profundidade e questionário Delphi. O estudo se desenvolveu em três etapas,

* Artículo derivado de la investigación del mismo nombre, realizada entre febrero del año 2008 y febrero 2009 con financiación del Fondo para el Desarrollo de la Investigación de la Corporación Universitaria Lasallista.

** Maestro en Artes Plásticas, Especialista en Hermenéutica Literaria. Realizador de Televisión. Docente de la Corporación Universitaria Lasallista.

*** Candidata a Magister en Estudios Humanísticos. Comunicadora Social, Periodista. Realizadora de Televisión. Docente de la Corporación Universitaria Lasallista

em cada uma se empregou um instrumento diferente desenhado para dar resposta a uma pergunta específica. **Resultados.** Identificam-se os paradigmas que regem a indústria da televisão local e regional e se constroem palcos possíveis para o ano 2012. **Conclusão.** o estudo permitiu construir a rota que em prospectiva permitirá a revisão dos

modelos de produção atuais, conforme com os interesses, as expectativas e a domesticação de novas tecnologias por parte da audiência.

Palavras chaves: Prospectiva, televisão de interesse público, tele-audiência, consumo de televisão, esquemas de produção, opinião pública.

Introducción

El estudio, nace del interés por reflexionar sobre el fenómeno televisivo en el contexto local y sus posibilidades a futuro.

Se asumió el consumo como la acción de exposición a una determinada oferta televisiva, oponiéndolo al uso que el televidente hace de su televisión. Así entendido, el consumo de la televisión es vital para determinar su impacto en una sociedad específica. La diferencia entre el consumo^a y la percepción constituye la dicotomía que ha empujado el objeto de esta investigación.

La hipótesis inicial fue generada por la lectura empírica sobre la poca asistencia de los televidentes a las señales de la televisión local, desinterés que podría ser explicado por diferentes razones. Una de ellas, el aumento en la oferta de canales foráneos a través de sistemas de cable, satelitales y de Internet. Otra, directamente relacionada con los antecedentes fundacionales de la televisión de interés público en Colombia, donde se ha trabajado sobre un modelo discursivo que propende por la educación y la cultura para la construcción de ciudadanía y el desarrollo de la sociedad. “La empresa de la televisión tenía unos ideales y principios claros que fueron formulados desde su carácter estatal. El gobierno en busca de herramientas para la divulgación cultural y la educación popular, encontró en la televisión el medio ideal que a su vez servía para difundir la imagen de las Fuerzas Armadas y el proyecto político de estas”^b. El objetivo, enfatizado en el acuerdo 00002 del 27 de enero de 2003, en uno de sus considerandos reza: “La televisión es un servicio público vinculado intrínsecamente a la formación de opinión pública y a la cultura del país, como instrumento dinamizador de los procesos de información y comunicación audiovisuales”^c. Una razón más, deriva de la convivencia de la televisión con los formatos de

entretenimiento por más de cuarenta años. La entrada en operación de los canales privados en 1998 podría explicar la disminución del consumo de la televisión pública, pues, gracias a ellos, los televidentes pueden ampliar sus perspectivas audiovisuales y fue así como el consumo en el país comenzó a mostrar profundas rupturas^d. La oferta comercial privada fue sustancialmente diferente en términos narrativos y estéticos, al ganar la preferencia de la teleaudiencia, y provocar una migración progresiva de la televisión pública hacia los dos nuevos canales (Caracol y RCN).

Los canales Tele Medellín, Tele Antioquia, Canal U y Televida son la principal oferta televisiva que se produce en la ciudad de Medellín, compitiendo en audiencia con los canales nacionales e internacionales ofrecidos por los diversos sistemas para la distribución de televisión.

Las preguntas de la investigación fueron: ¿Cuál es la percepción de los televidentes de Medellín acerca de los canales locales y regionales? ¿Cuál es el consumo real que hacen los televidentes de Medellín de estos canales? ¿Cuáles son las directrices administrativas y filosóficas que sustentan la oferta de estos canales? y ¿Cuáles son los escenarios futuros para la televisión de producción local en Medellín?

Este estudio busca promover una reflexión sobre los paradigmas que rigen en la actualidad la industria de la televisión local y regional, así como la sugerencia de escenarios de futuro posibles para la producción de la televisión en Medellín.

Clasificación del servicio de televisión en Colombia

De acuerdo con la Ley 182 de 1995, la televisión en Colombia se clasifica en función

de: a) la tecnología de transmisión del servicio: desde esta perspectiva la televisión puede ser radiodifundida, cableada y/o cerrada y satelital; b) de acuerdo con los usuarios es abierta o por suscripción; c) según la orientación de su programación será comercial o de interés público, social, educativa o cultural; d) en función del cubrimiento que alcance será televisión internacional o nacional y ésta a su vez se divide en televisión nacional de operación pública, nacional de operación privada, regional, local y comunitaria^e.

En Medellín, Teleantioquia y Telemedellín son canales radiodifundidos, abiertos, de interés público y de operación pública regional y local, se diferencian en que el primero es de emisión regional y puede comercializar su programación^f mientras el segundo es de emisión local, sin ánimo de lucro. Además de Telemedellín, las propuestas de Canal U y Televida comparten la clasificación de operación privada local, de interés público, sin ánimo de lucro, radiodifundidos y abiertos; sin embargo, el primero es de constitución mixta (involucra capitales públicos y privados), y el segundo es privado. Por su parte, los canales Cosmovisión y UNE, aun siendo de interés público, son de emisión cerrada, pues sólo se puede acceder a su señal mediante un sistema de cable por el cual el usuario debe pagar.

Materiales y métodos

Investigación descriptiva y prospectiva realizada en la ciudad de Medellín, Colombia, durante el año 2008. El universo está conformado por cinco canales locales de televisión incluidos en el estudio. Para la recolección de información se emplearon una encuesta estructurada, observación encubierta, entrevista en profundidad y cuestionario Delphi. El estudio se desarrolló en tres etapas, en cada una se empleó un instrumento diferente diseñado para dar respuesta a una pregunta específica.

En la primera etapa, el objetivo fue conocer la percepción y el consumo de la televisión local y regional. Para ello se diseñó una encuesta estructurada que se aplicó a 501 televidentes en diferentes sitios públicos del Valle de Aburrá. Con la intención de contar con respuestas que partieran de un instrumento riguroso y

aclarador, se hizo una observación participante encubierta a 38 televidentes, con promedio de una hora diaria durante 18 días.

El objetivo de la segunda etapa fue conocer los modelos de producción de los principales canales y productoras de televisión en la ciudad de Medellín, y los protagonistas en las decisiones que sobre contenidos se determinan en el medio. A estos protagonistas se les hizo una entrevista en profundidad y a partir de las respuestas que arrojó se estructuró un cuestionario prospectivo.

En la etapa final, una vez conocidos los resultados de las etapas anteriores y hecho el análisis, se procedió a aplicar el método de investigación prospectiva conocido como Delphi^g, basado en la construcción de escenarios extraídos de los resultados de la etapa inicial y relacionados con tecnología y convergencia, producción, programación y contenidos, audiencias, mercado y publicidad, legislación y política.

El método Delphi se basa en una modalidad de cuestionarios que incluyen una serie de hipótesis de futuro. Se hacen circular entre un conjunto de expertos en dos o más ocasiones (rondas) hasta lograr un consenso relativo sobre las hipótesis propuestas. El grupo de expertos, constituido para la elaboración de dos rondas de hipótesis, obedeció al criterio de la experticia que cada integrante tenía el análisis de medios, la legislación y la producción teórica. Ambas rondas se desarrollaron en un período inferior a un mes. La primera el 3 de octubre de 2008 y la segunda, el 22 del mismo mes.

Resultados

En este artículo sólo se presentan los resultados arrojados por el cuestionario Delphi. A partir de los resultados y el análisis de las dos primeras etapas, se elaboraron seis escenarios con 32 hipótesis de futuro sobre prospectivas de la televisión local y regional en Medellín:

Escenario tecnológico

Según las respuestas del panel de expertos, se afirma que la señal de Televisión Digital

Terrestre (TDT) abarcará el 100% en un horizonte temporal promedio estimado para el 2014. La razón está estrechamente ligada a las barreras tecnológicas y económicas, pues la implementación de la televisión digital es una novedad y se encuentra en desarrollo, incluso, en los países del primer mundo, de manera que los costos de operación y desarrollo serán determinantes para lograr su instalación. Hoy es difícil determinar el costo de inversión total de la implementación del sistema. Los procesos de licitación para la compra de los equipos necesarios, por parte del Gobierno Nacional, así como la instalación y las pruebas para proveer de televisión digital al país tomarán un lapso de tiempo no inferior a dos años; tiempo en el que los canales de producción local en Medellín comenzarán a adaptar su esquema de emisión a la tecnología, y para hacerlo, cada canal deberá privilegiar el reconocimiento de sus fortalezas y debilidades en cuanto a su entorno, el conocimiento de la audiencia y la creación de formatos y contenidos para optimizar el uso del sistema de TDT.

Teniendo en cuenta lo anterior, el 75% del panel afirmó que para el periodo comprendido entre el año 2016 y 2018 los canales de señal abierta local y regional de Medellín, habrán duplicado su oferta de programación considerando factores de elección, adaptación y domesticación de la tecnología. La principal barrera a este escenario es la económica, ya que dichos canales deberán realizar inversiones sustanciales tanto en la compra de equipos de producción y posproducción, como en la contratación de personal para mantener su oferta.

Otro aspecto relevante del advenimiento de la TDT, es la convergencia de dispositivos alternos digitales, tales como la telefonía móvil y el internet, que propiciarán mayores interacciones del público con la oferta televisiva.

Sobre la convergencia de dispositivos y plataformas, desarrollados por los canales locales y regionales de Medellín para propiciar la interacción con los televidentes, los expertos afirman que este evento tendrá lugar entre los años 2016 y 2018, debido a que los canales deben desarrollar inicialmente, la tecnología de emisión digital para, más tarde, implementar

la adaptación de otros dispositivos que se relacionen con ella.

La convergencia de estas plataformas, también implica una lógica adaptación de los contenidos al uso de dispositivos como el de la telefonía móvil (no es lo mismo ver un programa de televisión en una pantalla inmóvil de 20 pulgadas que verlo en un dispositivo móvil de menos de 2 pulgadas), por lo tanto, resulta obvia la transformación de los formatos y de los contenidos para este tipo de recepción.

Al preguntarles a los expertos por el momento en el que se logrará la adaptación de formatos y contenidos a las nuevas plataformas, coinciden en un 75% en el horizonte temporal 2016-2018, teniendo como barrera principal la economía.

Escenario de producción

Este escenario, busca establecer las principales posibilidades y retos en el manejo de los recursos operativos de las empresas productoras y los canales, teniendo en cuenta aspectos característicos de las nuevas tecnologías y flujos de trabajo.

Para el año 2008, cuando se hizo esta investigación, aproximadamente 2 canales de televisión y 3 productoras de Medellín ya habían integrado flujos de trabajo tapeless (sin cinta) a sus sistemas de producción; algunos de ellos adquirieron cámaras que utilizan tarjetas de información digital que funcionan de la misma manera que lo hace un disco externo, que luego de ser grabado puede transferir sus datos al computador donde se desarrollará el montaje; este proceso reduce significativamente los tiempos de transferencia de material, pues ya no se hace en tiempo real. Aun así, las tecnologías digitales conviven con las análogas de una manera que hoy no resulta del todo eficiente, pero su proceso de domesticación y adaptación a los flujos de trabajo tapeless (sin cinta), según nuestro panel de expertos, encontrará su instalación definitiva entre los años 2013 y 2015, y eso derivará en una reducción importante de costos operativos de producción de televisión entre los años 2015 y 2016.

En relación con la hipótesis que plantea una posible división del trabajo en los procesos de la industria televisiva en la ciudad, la mayoría de los expertos coincidió en señalar que tal evento nunca se hará. En su concepto, la gran deficiencia de la producción de televisión en la ciudad de Medellín, se debe principalmente a la poca o nula división del trabajo, a diferencia de la ciudad de Bogotá, donde un equipo de producción, como mínimo, está integrado por un director de contenidos encargado de determinar la pertinencia conceptual del producto; un director audiovisual que en compañía del director de fotografía, determinan las posibilidades narrativas audiovisuales; un investigador que delimita el contenido; un guionista que determina la estructura del producto con la información aportada por el investigador; un productor que coordina la logística en la elaboración del mismo. Lo anterior, sólo evidencia el proceso de pre-producción, que se realiza con suficiente antelación a la elaboración y emisión. Esto se da esporádicamente en la televisión nacional de interés público, y garantiza mayor calidad, dadas las competencias del responsable de los procesos para la elaboración de cada producto.

Escenario de programación

Las hipótesis planteadas para el escenario de programación buscaron establecer las principales oportunidades y retos en la configuración de la programación como herramienta que hace posible el fenómeno televisivo y propone como producir narrativas, competencia y competitividad en el contexto de la TDT.

La primera hipótesis sugiere la creación de un canal educativo interactivo, a lo que un 75% de los expertos respondió que podría suceder entre los años 2016 y 2018. A ello se opondrían las barreras económicas y tecnológicas, determinadas por los altos costos que el Estado deberá asumir para la operación de dicho canal, así como la necesidad de que los televidentes adquieran el dispositivo (Set Up Box de gama alta) que permite la interactividad. En este marco, se menciona la posibilidad de que los canales de interés público ofrezcan contenidos gratuitos bajo demanda, hipótesis que divide a los expertos entre las opciones

del 2016-2018 y nunca. Entre las razones que dieron los entrevistados a esta última posibilidad se encuentran: no es posible que el Estado restrinja el uso de un bien público de carácter gratuito, además, el que existan contenidos que puedan ser ofrecidos bajo demanda, implica la existencia de un stock de material adicional al que se encuentre al aire y, esto a su vez, sería consecuencia de un elevado y constante ritmo de producción que por las respuestas dadas a otras hipótesis, no sería posible. En la oferta actual de parrillas de programación local y regional en la ciudad de Medellín resalta el hecho de que las audiencias juvenil e infantil son las más “desatendidas”, contando con un promedio de 2 horas diarias de programación destinada a sus intereses. Según el panel de expertos, entre los años 2015 y 2016 se comenzará a atender eficientemente las necesidades audiovisuales de este tipo de audiencias desde la televisión de interés público de Medellín, aduciendo como barreras para ello las culturales y económicas: culturales porque este tipo de canales cuenta con mayor eco entre la población adulta, la cual no asimila de buena manera las narrativas contemporáneas de la televisión infantil y juvenil, y en ese mismo sentido se presenta la barrera económica porque las tendencias de la televisión para esta audiencia se caracterizan por la innovación y renovación constante de las propuestas que exigen altas inversiones. Aún así, el 50% de los panelistas concuerda en que los canales de televisión de interés público comenzarán a recorrer el camino para ofrecer, entre 2013 y 2015, contenidos más segmentados de acuerdo con la audiencia a la que se deben. Otra hipótesis, plantea la posibilidad de que los contenidos en los canales de interés público se diversifiquen, aprovechando la posibilidad multicanal de la TDT, dejando en una señal de emisión lo institucional y en otra, los contenidos de interés público. A esta hipótesis, el 50% de los expertos respondió que tendría posibilidad de realizarse entre los años 2013 y 2015, pero le anteponen las barreras económicas y culturales, las cuales se explican porque el dinero que reciben dichos canales, en razón de esas producciones, resulta su principal sustento y que quien subsidia demanda la realización del audiovisual, teniendo únicamente en consideración sus razones informativas y no su pertinencia y relevancia entre la audiencia.

Sobre la hipótesis que propone la desaparición de las franjas, el 50% de los expertos concuerda en el período 2010 y 2012. Es posible que para esa fecha se hayan creado en nuestro contexto canales que sólo trabajen bajo demanda, es decir, donde los contenidos estén presentes a manera de archivos a los que el televidente pueda acudir cuando quiera ver un programa X y donde no esté sometido a lo “que estén dando”.

El 50% de los expertos afirma que nunca la televisión producida en la ciudad de Medellín, logrará un reconocimiento por la innovación en sus contenidos y formatos, aduciendo barreras de tipo conceptual, económico y cultural, en términos del paradigma “así se hace televisión”, el cual impera en el contexto de la industria televisiva de Medellín y que ha inundado las parrillas de formatos convencionales que poco gratifican las expectativas de la audiencia.

El 75% de los expertos pronosticó que la lectura del consumo de las propuestas televisivas locales y regionales, propiciadas por los dispositivos de retorno no incidirá en la colocación y permanencia en las parrillas de programas de corte institucional, u otro, a las cuales oponen barreras por considerar que no ha sido tradicional – menos aún desde el desplazamiento de los anunciantes hacia los canales nacionales - que los programas de la televisión de interés público deben mercadearse determinando así su permanencia al aire por el rating, en su lugar, la mayoría de éstos cuentan con un subsidio que asegura su producción y emisión.

Según el 50% de los expertos, el sistema de producción *In-House* nunca podrá ser beneficioso para los ideales de innovación de los canales Teleantioquia y Telemédellín, ya que este sistema está sustentado sobre una base de economía de la misma, es decir, sobre la necesidad del abaratamiento de costos y evitando la contratación de terceros para la producción de espacios propios. Aunque, tal práctica fomenta la homogenización de la estética audiovisual, contribuyendo al afianzamiento de una imagen corporativa de cada canal, para el caso, la imagen que ambos canales mantienen no se sostiene con estándares audiovisuales concienzudos, ni está

basada en un manual de estilo predeterminado que busque resultados concretos. En su lugar, lo que afianza es una estética acartonada, poco innovadora e institucional.

Para la hipótesis correspondiente a la asignación de espacios en los canales de interés público, a producciones de los televidentes que no hayan sido mediadas por censuras ideológicas o técnicas, el 75% de los expertos afirma que nunca podrá ser realidad, por las barreras culturales. Esta respuesta no deja de ser preocupante, toda vez que hablamos de televisión de interés público, y lo público no debe *solamente* entenderse como lo estatal o aquello a lo que puede accederse como beneficiario, también, desde el concepto de espacio público – lugar de identidad, relaciones, historia – en donde todos los ciudadanos pueden habitar (así sea temporalmente), determinando agendas informativas y modos de abordarlas, donde no les sea impuesta una lectura de la realidad bajo el manto de la objetividad. Para la hipótesis de que grandes empresas con larga trayectoria y posicionamiento, se conviertan en “dispensadoras” de contenido para los canales de interés público; el 50% del panel respondió que sería una posibilidad para el horizonte 2016 – 2018. Esta hipótesis se plantea como respuesta a las actuales tendencias de mercadeo y publicidad donde, en lugar de vender un producto, se refuerzan los valores asociados a él en un contexto narrativo audiovisual envolvente. La respuesta de los expertos evidencia, tanto en su porcentaje, como en el horizonte temporal elegido por la mayoría, que la industria televisiva local asocia en la actualidad la presencia de los anunciantes en sus ofertas, con la publicidad explícita a manera de promocional o publirreportaje, soslayando las oportunidades de mercadeo que encarna esta manera contemporánea de hacer negocios y que aún falta tiempo para asimilar esta tendencia a nivel local y regional

Escenario de audiencias

Las hipótesis planteadas para el escenario de audiencias, buscaban establecer las principales posibilidades y retos en el uso de la programación, como herramienta que configura las rutinas y preferencias de los televidentes y que delimita la manera de producir narrativas cercanas a sus intereses en el contexto previo y posterior al establecimiento de la TDT.

Para la hipótesis que plantea, que un porcentaje importante de los televidentes decidirá incluir en su canasta familiar televisiva, un decodificador que permita la interacción con su televisión, los expertos afirman que tal evento sólo será posible entre el 2016 y el 2018. Esta respuesta está estrechamente ligada al momento del apagón analógico (cuando sea imposible ver televisión sin el decodificador), al nivel de domesticación que le damos a la tecnología, y sobre todo, a la verdadera utilidad que le daríamos a la misma. Sin embargo, debemos tener en cuenta que los televidentes se alejan progresivamente de sus ofertas locales, por la baja calidad de contenidos y formatos, y los mismos canales emisores no sólo propician de manera limitada la interacción sino, que no evalúan la coherencia de la misma. La inversión en dicha tecnología se debe dar entonces por parte y parte, es decir, los canales deben darle vía libre a la interacción, ofrecerla en su paquete digital y establecer en el imaginario de sus televidentes la necesidad de asistir a su oferta, pues resulta claro, que los canales locales adoptarán la tecnología mucho después que la televisión privada nacional, y que para la fecha los televidentes ya estarán interactuando, por ejemplo, con programas de concurso donde pueden ganar altas sumas de dinero.

Los expertos respondieron con el mismo horizonte temporal (2016-2018), al proponerles la hipótesis, donde se plantea que los canales de retorno propiciarán lecturas precisas de audiencias, es claro que el primer paso, que debe dar la televisión de Medellín en este sentido, es cuál será la utilidad de esa lectura, pues hasta ahora, ha quedado demostrado que en nuestra ciudad, la audiencia no determina la oferta que se le brinda.

En relación con la hipótesis de que la audiencia demandará contenidos menos institucionales, los expertos afirmaron que tal evento tendrá lugar entre los años 2013 y 2015, y no antepusieron una barrera al respecto. Frente a la hipótesis que plantea que los televidentes exigirán narrativas más cercanas a sus intereses, el panel afirma que dicha circunstancia será posible entre los años 2010 y 2012. En esto, nuestro panel es coherente con las dinámicas que la televisión podría adoptar, pero ante todo, con el reclamo generalizado que se

les hace a los canales locales y regionales, donde la apología al plan de gobierno y el propagandismo institucional han enmarcado los contenidos de sus programas desde hace varios años.

Escenario mercado y publicidad

El cuadro de hipótesis para el escenario de Mercado y Publicidad buscó establecer el análisis de la televisión y su coherente inserción en la economía de la región, su comportamiento futuro y sus posibilidades en términos de competencia.

Con respecto a la hipótesis sobre el aumento de oferta de canales locales de emisión cerrada con contenidos temáticos, los expertos afirmaron que la probabilidad de que ocurra tiene su horizonte temporal en el año 2014. Es evidente que la oferta de canales como Une y Cosmovisión, tenga una especial aceptación en los televidentes, a pesar de ofrecer contenidos similares a los existentes en ofertas ya establecidas. La aparición de otros canales con contenidos específicos (musicales, agropecuarios, pornográficos), aunque, por ahora, no son masivamente consumidos, son un manifiesto indiscutible de las posibilidades del cable, en especial, si entendemos que dichos canales no requieren comprar una frecuencia al Estado colombiano. Todo conlleva a una tendencia por generar más canales de televisión privada cerrada, lo que explica que los expertos avizoren, entre los años 2016 y 2018, que las producciones de televisión local y regional hechas en Medellín serán competitivas a nivel nacional, gracias a su calidad e innovación de formatos y contenidos. De la misma manera, el resurgimiento de temáticas argumentales (novelas y series) tendrá una posibilidad en la aparición de estas ofertas cerradas; pues, el desarrollo de la producción de narrativas de ficción es un factor esencial para hablar del avance en la oferta audiovisual. Los expertos afirman que el horizonte temporal para la hipótesis que plantea el regreso de los esquemas argumentales también es entre el 2016 y el 2018.

La hipótesis acerca de que los canales locales de interés público, catalogados como

educativos y culturales, podrán comercializar sus espacios en igualdad de condiciones a los canales regionales, hace creer a nuestro panel que esto sucederá entre el 2010 y el 2012. Este horizonte obedece a la necesidad manifiesta de brindar la posibilidad de comercialización a canales como Telemedellín y Canal U, a los que la legislación les restringe el acceso a la competencia comercial, por los estatutos que los constituyen. De no considerarse lo anterior, pueden otros absorber dichos canales, como lo expresaron los expertos en la última hipótesis de este escenario, entre el 2016 y el 2018 sin que exista ninguna barrera que lo impida.

Escenario legal y político

La hipótesis para el escenario Legal y Político busca determinar los posibles marcos regulatorios para la televisión de interés público, específicamente desde una óptica económica, la principal determinante para reconocer el curso de las televisiones de este tipo.

A la hipótesis, sobre si el Estado gravaría el uso de los televisores por causa de las inversiones para la implementación de la TDT, el 50% de los expertos consideró que esto nunca ocurrirá. Esta hipótesis partió de una propuesta similar a la que el CONPES (Consejo Nacional de Política Económica y Social) realizó en 2006 y que proponía cobrar, a los estratos 4, 5 y 6, un impuesto del 0.7% del salario mínimo por el derecho a ver televisión de señal abierta. Tal propuesta no fue bien recibida por el público, además, no es posible, por no decir inconstitucional, privar de un derecho colectivo a un sector de la población que ya está pagando con sus impuestos buena parte de la financiación de la televisión de interés público.

En cuanto a las posibilidades de acceso de los canales locales abiertos de interés público, al Fondo para el Desarrollo de la Televisión, al que hasta el momento sólo pueden acceder los canales regionales y de operación pública nacional, el 50% de los expertos comentó que entre los años 2013 y 2015 esta hipótesis podría llevarse a cabo, aunque, existen barreras legales y conceptuales. Por ley (182 de 1995), sólo los canales regionales y públicos nacionales pueden acceder a este

Fondo, pero, nos atrevemos a conjeturar que las consideraciones de los panelistas tienen que ver con la entrada en operación de, mínimo, un nuevo canal comercial privado, el cual deberá efectuar millonarios aportes, tanto a la Comisión Nacional de Televisión como al Ministerio de Comunicaciones, para obtener sus licencias de funcionamiento, lo que constituye un importante porcentaje del dinero entregado por el Fondo a los canales; si dicho dinero llega al Fondo, teniendo en cuenta que no se están proyectando nuevos canales regionales, es posible que se redistribuya entre los canales locales de interés público.

El 50% de los panelistas afirma, con base en la estrecha relación entre los gobiernos y el sostenimiento de las televisiones de interés público, que dichos canales nunca contarán con independencia editorial sobre los temas que abordan y que evidencian la concepción de que lo público es lo institucional.

Discusión

El 28 de agosto de 2008 Colombia adoptó el estándar europeo DVB-T para la implementación de la TDT lo que significa mejoras en la calidad de la señal de audio y video, en la multiplicación de la oferta de canales, la interactividad y la movilidad. Esta tecnología implica, además, la posibilidad de rastrear las veces que los televidentes acceden a las ofertas. Un escenario ideal para el uso de esta tecnología consistiría, en que las propuestas audiovisuales televisivas se sostengan sobre el consumo real de las mismas y en la lectura de su impacto en la audiencia.

Si tenemos en cuenta que un gran porcentaje de la televisión local y regional, está financiada por el dinero de los contribuyentes, y que algunos programas no hacen parte de las preferencias de los televidentes, habrá que preguntarse cuáles son los nuevos argumentos que promueven la importancia social y cultural de algunos contenidos, cuando el consumo demuestre que son ineficaces en términos de su impacto. Lo anterior, porque en nuestro entorno, sobresale el modelo de producción de televisión de interés público que privilegia los intereses del patrocinador sobre los de la

audiencia, es decir, el modelo de financiación de los canales locales y regionales es, en gran parte, con dineros aportados por las entidades gubernamentales que, a cambio, exigen programas que cumplan con sus intereses comunicativos, soslayando las posibilidades narrativas del medio y, por ende, alejándose de las expectativas lúdicas del televidente. Esta práctica, conlleva a una carencia de competitividad de la industria, con programas que no necesitan ser consumidos, por contar con un sostenimiento económico permanente que garantiza su realización y sostenimiento en las parrillas de los canales.

Un elemento fundamental para determinar el futuro de la televisión en la ciudad de Medellín, consiste en la conceptualización del propio ejercicio televisivo. Es ampliamente reconocido por los integrantes del medio (local, regional y nacional), que las personas encargadas de la producción de televisión en Medellín, inclusive en el espacio de toma de decisiones, no se encuentran suficientemente cualificadas para ello, con las consecuencias que se discuten en este trabajo.

La definición de los formatos adecuados y el conocimiento de lo que el televidente necesita, ha quedado en manos de secretarios de despacho, comunicadores organizacionales y/o interventores de proyectos con experiencia mínima sobre las dinámicas del fenómeno televisivo (reconocimiento del entorno, movimiento de la oferta y la demanda audiovisual, mecanismos de identificación, etc.), situación que necesita un replanteamiento urgente, en aras de alcanzar una mayor instalación y apropiación de la oferta televisiva de interés público entre la audiencia.

Conclusiones

Con los resultados arrojados por esta investigación queremos reivindicar la importancia del reconocimiento de la teleaudiencia por parte de los productores de televisión de interés público, social, educativo y cultural y, sobre todo, la necesidad de otorgarle otro valor al concepto de consumo, vital para garantizar el impacto de una propuesta televisiva particular, por cuanto un canal que no es visto, no tiene repercusión social, no genera ni conocimiento ni opinión.

En el corto plazo, para el año 2012, límite temporal al que se circunscribe este estudio prospectivo, no se vislumbran grandes transformaciones en la televisión de interés público de producción local y regional en Medellín. Se concluye que la industria no sufrirá modificaciones en términos de su producción o conceptualización.

El hecho más relevante para el futuro de la televisión, tanto local, como regional y nacional es, sin duda, el cambio de sistema de emisión del analógico al digital; sin embargo, la mayoría de los canales y programadoras consultados reconoce que este evento no propicia cambios sustanciales en la configuración de sus sistemas de producción. La convergencia de medios no ha sido suficientemente dimensionada en un momento en el que gran parte de la teleaudiencia elaborado una domesticación importante de dispositivos que, a futuro, se integrarán al fenómeno televisivo como el internet y la telefonía móvil. Sólo, hasta el año 2016 no se vislumbra un horizonte probable para la instalación efectiva de los alcances de la televisión digital terrestre, fecha en la que, además, será tangible un aumento en la oferta de televisión pública local y regional. El aumento en la oferta es explicable, ya que existe una tendencia mundial al abaratamiento en los costos de producción de televisión, específicamente en posproducción, los cuales se harán excelentes en nuestro contexto, en el año 2015, cuando los canales y productoras hayan integrado flujos de trabajo que permita la disminución en los tiempos de transferencia de material. En este mismo escenario, los expertos afirman que nunca se promoverá una división efectiva del trabajo, a la hora de producir televisión, continuando así con las prácticas recurrentes de realización, dictadas por la premura y la falta de cualificación del oficio.

Para el horizonte comprendido entre los años 2013 y 2016, se hará evidente una mayor segmentación de la oferta televisiva local, privilegiando espacios con un público diferenciado, propiciados por una lectura apropiada de los canales sobre los intereses particulares de los diversos sectores de la teleaudiencia. Sin embargo, en dichas propuestas televisivas no se vislumbran transformaciones radicales ni innovadoras debido

a las prácticas de producción anterior-mente descritas que parecen perpetuarse en la industria.

En términos prospectivos, se espera que en el corto plazo la teleaudiencia demande narrativas más cercanas a sus intereses lúdicos, y cada vez menos contenidos institucionales en la oferta de los canales locales y regionales. En el mediano plazo, que corresponde al momento de la instalación de los dispositivos interactivos con la televisión, la teleaudiencia ya se encontrará en capacidad de acceder a los mismos. A su vez, los canales se servirán de la instalación de dichos dispositivos para hacer una lectura precisa del consumo de sus ofertas.

La torta publicitaria será fundamental en la cotidianidad de la producción de televisión local, porque se prevé que los canales de interés público puedan comercializar sus espacios en el corto plazo, a la vez que aumentará la oferta de canales cerrados. Sin embargo, la competencia por dicha torta podría propiciar, en un plazo más amplio, la absorción de unos canales por parte de grupos económicos o casas editoriales más relevantes para el mercado. Sobre esta base se daría la posibilidad de aumentar los flujos de capitales para la producción de televisión, los cuales propiciarían la realización, por ejemplo, de seriadados argumentales de calidad, que harían merecedora de reconocimientos a la industria local.

Lo anterior, sólo podría ser posible en un marco legislativo, donde la televisión de interés público local, además de comercializar, reciba unos aportes del Estado que garanticen una mínima capacidad de producción. Para esto, se prevé que los canales de interés público local puedan acceder al Fondo para el Desarrollo de la Televisión en un mediano plazo, sin embargo, la probabilidad de que se creen impuestos adicionales para tal fin no es considerada.

Referencias

- 1 MARTIN-BARBERO, Jesús y RINCÓN, Omar. Televisión pública, del consumidor al ciudadano. Convenio Andrés Bello. Buenos Aires: La Crujía, 2005. 302 p.
- 2 BIBLIOTECA LUIS ANGEL ARANGO. Historia de la televisión en Colombia. [en línea]. Bogotá: Biblioteca Luis Angel Arango, 2005. [citado 22 enero de 2009]. Disponible en Historia de la televisión. La televisión en Colombia. http://www.lablaa.org/blaavirtual/exhibiciones/historia_tv/television_colombia.htm
- 3 COLOMBIA COMISION NACIONAL DE TELEVISION. Acuerdo 00002 (27, enero 2003). Por la cual se regula la explotación del servicio público de televisión en la modalidad de televisión abierta, en los niveles de cubrimiento nacional, regional y local con ánimo de lucro, y se dictan otras disposiciones [en línea]. Bogotá: CNTV. [Citado 16 de enero de 2009]. Disponible en: http://www.cntv.org.co/cntv_bop/normatividad/acuerdos/2003/acuerdo_002.pdf
- 4 COLOMBIA SENADO DE LA REPÚBLICA. Ley 182. (20, enero, 1995). Por la cual se reglamenta el servicio de televisión y se formulan políticas para su desarrollo, se democratiza el acceso a éste, se conforma la comisión nacional de televisión, se promueven la industria y actividades de televisión, se establecen normas para contratación de los servicios, se reestructuran entidades del sector y se dictan otras disposiciones en materia de telecomunicaciones. Diario Oficial. Bogotá, D.C., 1995, no 41681.p. 13-14
- 5 Ibid., p. 1-2
- 6 COLOMBIA MINISTERIO DE COMUNICACIONES, Decreto 2157 (29, octubre 1993, 1993). Por el cual se aprueban los estatutos de Teleantioquia. Diario Oficial. Bogotá, D.C., 1993, no. 41096. [en línea]. [Citado 10 de febrero de 2009]. Disponible en: http://www.cntv.org.co/cntv_bop/basedoc/decreto/1993/decreto_2157_1993.html
- 7 LANDETA RODRÍGUEZ, Jon. El método Delphi. una técnica de previsión para la incertidumbre. Barcelona: Ariel, 1999. 224 p.