

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

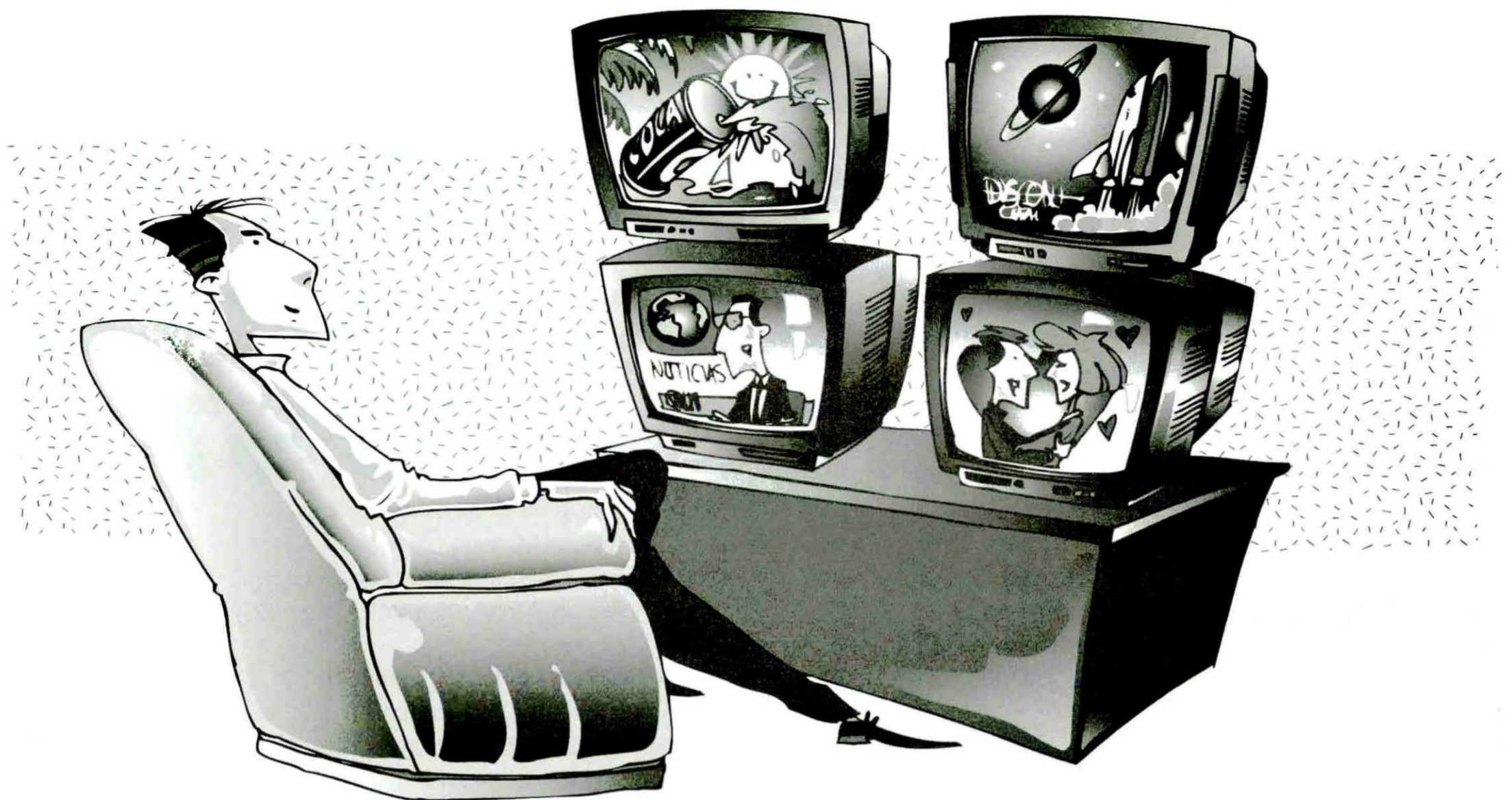
**Sergio Godoy E.**

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].

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.

**L**a 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.<sup>1</sup> Además, relaciona las características de un objeto con ciertos estándares anclados en valores y normas.<sup>2</sup> 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».<sup>3</sup>

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.<sup>4</sup> Este artículo evalúa el desempeño de la TV abierta



\* Este artículo corresponde al capítulo final de la tesis de doctorado «Chile's Market-Oriented Model of Public Television», University of Westminster, Gran Bretaña.

1. ISHIKAWA, SAKAE (ed.): *Quality Assessment of Television*, John Libbey Media, Luton, Bedfordshire, 1996.

2. ROSENGREN, K., CARLSSON, M. y TAGERUD Y.: «Quality in Programming: Views from the North», en ISHIKAWA (*op. cit.*, 1996, pp. 3-48), p. 39.

3. LEGGATT, T.: «Identifying the Indefinable - An essay on Approaches to Assessing Quality in the UK», en ISHIKAWA

chilena desde la perspectiva del llamado *interés público*, enraizado en una tríada fundamental de valores occidentales contemporáneos,<sup>5</sup> 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 prerequisite 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 eva-

luarlos) 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.<sup>6</sup> 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).<sup>7</sup> 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.<sup>8</sup> 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.<sup>9</sup> 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.<sup>10</sup>

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).<sup>11</sup> 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.<sup>12</sup>

## 1.2. EL ESTUDIO DE LA 'NHK'

En este contexto surgió un ambicioso proyecto multinacional, coordinado por la red pública japonesa *NHK*,<sup>13</sup> 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».<sup>14</sup>

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.

La *NHK* evaluó dos de estos escenarios: (a) la diversidad programática y (b) los criterios de los realizadores frente a programas individuales.<sup>15</sup> Aquí sólo nos ocuparemos de la diversidad, fundamental en el concepto de TV de servicio público. Y la definiremos como la oferta de una dieta variada de programas en canales nacionales *libremente disponibles* para todos (eso descarta la TV por suscripción), ya sea mediante empresas públicas o privadas.<sup>16</sup>

## 1.3. DIVERSIDAD PROGRAMÁTICA COMO MEDIDA DE CALIDAD

La diversidad programática es más amplia y fundamental que los indicadores de calidad de programas individuales. Esto no significa que los demás aspectos deban ser ignorados, sino sólo que éste es el punto de partida.

(*op. cit.*, 1996, pp. 73-88), p. 75. El autor cita al filósofo inglés John Mepham.

4. ROSENGREN *et al.*, *op. cit.*

5. MCQUAIL, DENIS: *Media Performance. Mass Communications and the Public Interest*, Sage, London, 1992.

6. ROSENGREN *et al.*, *op. cit.*

7. Ver LEGGATT, *op. cit.*; HEAD, SYDNEY: *World Broadcasting Systems. A Comparative Analysis*, Wadsworth, California, 1985.

8. ROSENGREN *et al.*, *op. cit.* Varios ámbitos están incluidos en el «umbral de calidad» que la ley de TV de 1990 exige a los concesionarios de televisión en el Reino Unido: (a) un porcentaje de programas socialmente valiosos (noticias, espacios infantiles), (b) excelencia profesional en la producción, y (c) una diversa gama de programas (ver LEGGATT, *op. cit.*).

9. MCQUAIL, *op. cit.*; HOME OFFICE: *Report of the Committee on Financing the BBC*, HMSO, London, 1986.

10. Ver HOME OFFICE, *ibid.*

**La calidad (en tanto cumplimiento de ciertos estándares) es un fenómeno multidimensional. Involucra a legisladores, canales de TV, realizadores, entes regulatorios y a consumidores.**

11. LEGGATT, *ibid.*

12. Antes, Nossiter había investigado la variedad de programas en el sistema británico entre 1975 y 1985. Ver los análisis de Wober para la ITA en los 80 en LEGGATT, *op. cit.*; HOME OFFICE, *ibid.*

13. La NHK es más grande y exitosa que la BBC. Sus 13 mil empleados operan 4 canales de TV abierta tradicional, 3 cadenas radiales, 2 canales satelitales DBS, y está a la vanguardia de la TV de alta definición (analógica y digital). Sus ingresos de casi US\$ 5,200 millones en 1994/95 provienen de un impuesto voluntario a la posesión de televisores. Hasta la crisis asiática, la corporación generaba supérvits por 5,600 millones de yenes (ver SHIMIZU: *Japan: Public Broadcasting as a National Project*, en RABOY (ED.): *Public Broadcasting for the 21st Century*, John Libbey Media, Luton, 1996, pp.140-157).

14. ISHIKAWA, *op. cit.* p. 199.

15. *Ibid.*, pp. vii-viii.

16. Ver SCANNELL, PADDY: «Public Service Broadcasting, from National Culture to Multiculturalism», en RABOY, *op. cit.*, pp. 23-41.

17. ISHIKAWA, *op. cit.*, p. 201.

18. *Ibid.*

19. TODARO, MICHAEL: *Economic Development*,

Hay tres razones para medir la diversidad: (a) el sistema televisivo debe servir todos los intereses de la audiencia; (b) la audiencia debe poder elegir libremente entre alternativas reales, y (c) difundir diferentes personalidades y perspectivas refuerza la convivencia democrática.<sup>17</sup> La diversidad consiste en la distribución relativa de tiempo de emisión de géneros programáticos en los canales de TV.

El indicador usado para medir la diversidad programática fue el índice de entropía relativa, cuya escala va del cero al uno.<sup>18</sup> El cero representa máxima concentración de tiempo de emisión en un solo género de programas, y un índice uno equivale a lo opuesto. Es similar a índices de concentración del ingreso como el coeficiente Gini, o el de Herfindahl-Hirschmann, que mide poder monopólico de las empresas en tanto concentración de cuotas de mercado.<sup>19</sup>

La medición de la NHK reveló que el sistema estadounidense ofrecía la menor diversidad, mientras que británico (el más regulado) era el más diverso. La televisión de los EE.UU. sólo superó a la británica (de cuatro canales entonces) al añadir *diecisiete* canales de cable a las cinco cadenas de TV abierta.<sup>20</sup> En otras palabras, el modelo desregulado de los EE.UU. ofrece alta diversidad pero a un costo mucho mayor.

Sin embargo, la TV abierta no es comparable al cable, porque el acceso a este último está condicionado al pago de la suscripción, lo cual impide el libre acceso, en igualdad de condiciones, a los programas. En Chile, pese al vertiginoso aumento de la penetración del cable (28,1% de los hogares urbanos en 1996),<sup>21</sup> éste es un aspecto importante porque, aparte del dilema entre los *information rich* y los *information poor*, casi el 80% de los chilenos se entera de la «realidad» a través de los noticiarios de la TV abierta, mientras que sólo un 10% lo hace por la radio y casi 7% por los diarios.<sup>22</sup>

La diversidad de tipos o géneros de programas en un sistema de televisión revela el rango de alternativas disponibles para los telespectadores. Luego, alta diversidad programática equivale a alta calidad desde una perspectiva democrática/redistributiva, en que cada ciudadano tiene igualdad de oportunidades para poder gozar los bienes disponibles, tanto tangibles como intangibles. Esto es similar a las discusiones sobre distribución del ingreso y estándares de vida mínimos para todos.

No obstante, la diversidad programática es sólo un prerrequisito básico a partir del cual entran a jugar consideraciones más cualitativas. Este indicador no revela méritos técnicos o artísticos de los programas, ni su consumo, credibilidad o goce por

CUADRO 1: ESTÁNDARES PARA LA EVALUACIÓN DE LA CALIDAD

	LEGISLADOR (ESTADO-SOCIEDAD)	EMPRESA DE MEDIOS (DUEÑO & AVISADORES)	PROFESIONAL (PERIODISTA/REALIZADOR)	PÚBLICO
	Vela por el «interés público», fija normas	Interesa sustentabilidad del negocio	Estándares profesionales y éticos	Usos y gratificaciones a nivel (a) afectivo y (b) intelectual
<b>SISTEMA</b>	Quiénes pueden operar, en qué condiciones	Libertad de empresa y de mercados	Pluralismo ideológico, ética periodística	Acceso a la mayor gama posible de contenidos
<b>CANAL</b>	Concesiones y plazos	Opciones editoriales, rentabilidad, imagen corporativa, estrategias de programación	Libertad de conciencia	Resguardos editoriales
<b>PROGRAMA</b>	Regulación de contenidos	Capacidad de atraer público	Noticias según criterios éticos	Goce de programas específicos

Fuente: ISHIKAWA: *op. cit.*, p. 200.



# Alta diversidad programática equivale a alta calidad desde una perspectiva democrática/redistributiva, en que cada ciudadano tiene igualdad de oportunidades para poder gozar los bienes disponibles, tanto tangibles como intangibles.

parte del público. Por ejemplo, la diversidad de la TV chilena en 1988 es cualitativamente distinta a la de años posteriores debido a la influencia del régimen militar, sobre todo en los noticieros.

## 1.4. CÁLCULO DEL ÍNDICE DE ENTROPÍA RELATIVA

El índice de entropía relativa (**E**) puede expresarse matemáticamente como sigue:

$$E = H / H_{\max}$$

donde  $H = \sum -p_i (\log_2 p_i)$

y  $H_{\max} = \log_2 N$

donde **p** representa la probabilidad (proporción) que tiene cada categoría de programa para ser seleccionada (es decir, estar presente en el total, en un rango de 0 a 1), **i** representa la suma de los diferentes casos seleccionados en cada categoría de programas, y **N**, el número de categorías usadas. La entropía relativa **E** oscila entre 0 y 1, donde 0

representa diversidad programática mínima y 1, máxima diversidad, es decir, tiempo de emisión televisiva perfectamente distribuido entre las categorías programáticas definidas.

Así definida, la entropía relativa se calcula (a) de modo «vertical» (la diversidad de la oferta de cada canal) y (b) «horizontal» (en todo el sistema televisivo). Esto último implica sumar todos los programas disponibles en el sistema.

Un tercer paso (c) es calcular el aporte que cada canal hace a la diversidad del sistema, aquí llamada «entropía de n-1 canales». Se ve cuánto varía la entropía del sistema al restar un canal de TV específico del total **n**: la **p** del canal en cuestión se resta de la **p** del sistema completo. Cabe señalar que el cálculo del valor n-1 es un ejercicio intelectual sobre un conjunto estático de cifras, en que a la entropía de un sistema televisivo se le resta un canal determinado. Pero si ese canal dejara de existir de verdad, los demás canales, los avisadores y los telespectadores no permanecerían incólumes: los

5th ed., Longman, New York & London, 1994; ISHIKAWA, *op cit.*; LITMAN, BARRY y HASEGAWA, KAZUMI: «Measuring Diversity in US television programming: new evidence», en ISHIKAWA, *op. cit.*, 1996, pp. 203-230.

20. LITMAN y HASEGAWA, *ibid*; ISHIKAWA *et al.*, 1996.

21. CNTV: *Principales Resultados Encuesta Nacional de Televisión 1996*, Dpto. de Estudios, Santiago, 1996.

22. CNTV: *Televisión e Información, Percepciones de la Opinión Pública*, Informe N°3, junio-julio 1997; *Principales Resultados Encuesta Nacional de Televisión 1996*, Santiago, 1996.

CUADRO 2: ENTROPÍA RELATIVA

	DÍA COMPLETO	HORARIO 'PRIME'
<b>ENTROPÍA RELATIVA DE CADA CANAL:</b>		
• Cálculo de la diversidad programática de cada canal.	✓	✓
• Revela la variedad de programación ofrecida por cada canal.		
• A mayor puntaje (0 a 1), mayor la gama de programas ofrecida por el canal en cuestión.		
<b>ENTROPÍA RELATIVA DEL SISTEMA:</b>		
• Cálculo de la diversidad programática de todo el sistema televisivo, sin diferenciar entre canales.	✓	✓
• Revela la disponibilidad total de tipos de programas en el sistema.		
• A mayor puntaje (0 a 1), mayor gama de alternativas disponibles para el público, aunque los canales por sí mismos tengan bajos índices de diversidad.		
<b>ENTROPÍA RELATIVA DE (N-1) CANALES:</b>		
• Cálculo de la entropía relativa de todo el sistema restándole un canal específico cada vez.	✓	✓
• Revela las variaciones en la diversidad del sistema al remover el canal en cuestión.		
• Al contrario de los dos cálculos previos, un canal con valor n-1 inferior a la entropía del sistema revela que éste contribuye <i>más</i> a la diversidad general. A la inversa, un n-1 superior al del sistema revela que la diversidad general aumenta si se elimina el canal en cuestión.		

**Los mecanismos de fiscalización y control por parte del público se expresan sobre todo a través de cifras de sintonía. Pero hay pocos instrumentos que relacionen el desempeño de los medios con el interés público.**

otros operadores alterarían sus mallas para aprovechar ese vacío, y surgirían nuevas estrategias y relaciones de duplicación programática.

En el estudio de diversidad de la TV chilena, estos tres indicadores se extrajeron para día completo de emisiones y para el horario *prime time* de máxima audiencia (en Chile, de 19:30 a 23:29 horas de lunes a viernes y de 19:30 a 24:00, en fines de semana). Los cálculos efectuados se resumen en el CUADRO 2.

Las mediciones de la *NHK* fueron tomadas de una muestra intencionada (*purposive sample*) de una semana completa de 1992 en cada uno de los países involucrados. Se intentó evitar sucesos planificados que pudieran afectar las prácticas programáticas cotidianas de los canales. Cada programa fue catalogado según una lista de quince categorías –descrita más abajo– acordada por los investigadores.

### 1.5. PROBLEMAS ASOCIADOS AL CÁLCULO DE LA ENTROPÍA RELATIVA

Hay dos grandes críticas a este método: sólo contempla la oferta de programas y, aún más importante, definir las categorías programáticas y asignar programas a ellas es muy vulnerable a sesgos.<sup>23</sup>

Pese al esfuerzo multinacional por definir una lista de categorías programáticas, la de la *NHK* no es perfecta. Algunos programas son clasificables en más de una categoría, aunque eso es inevitable en todo listado. Por ejemplo, *Los Picapedras* puede ser «infantil» o «narrativa televisiva» porque se mezclan forma, contenido y audiencia-objetivo: mientras que «infantil» o «minorías» están definidas según públicos determinados, «informativos» y «concursos» tienen que ver con la forma y estructura del programa.<sup>24</sup>

Otro factor que se debe considerar es el mues-

treo, que es selectivo y no aleatorio. Este método no permite definir márgenes de error estadístico. Se escogió una semana «representativa» de la programación, pero una semana de programación no es verdaderamente representativa de un año completo.<sup>25</sup> Debido a que el objetivo era diseñar y probar un método de evaluar la diversidad programática, el estudio de la *NHK* no pretendía tampoco tener validez universal. La misma limitante se aplica a la aplicación de este método en Chile.

## 2. LA MEDICIÓN DE DIVERSIDAD EN EL SISTEMA TELEVISIVO CHILENO

En Chile predominan las consideraciones de eficiencia empresarial en la TV debido a que ésta suele ser concebida como una actividad económica más. Otras perspectivas tienen bastante menos influencia en las políticas y prácticas televisivas, en parte porque ellas mismas han despreciado e ignorado los aspectos económico-industriales de la actividad.<sup>26</sup> El paradigma que predomina es, entonces, aquel que asume que la libre competencia entre canales genera la máxima satisfacción en los destinatarios. Los mecanismos de fiscalización y control por parte del público se expresan sobre todo a través de cifras de sintonía. Pero hay pocos instrumentos que relacionen el desempeño de los medios con el interés público. De ahí que el concepto de la *NHK* resulte atrayente y novedoso, además de que permite vincular la oferta televisiva con consideraciones más amplias sobre el interés de la ciudadanía.

### 2.1. CONTEXTO

Por lo expuesto y pese a sus limitaciones, vale la pena replicar el estudio de la *NHK* en Chile. La

23. LITMAN y HASEGAWA, *op. cit.*, p. 204.

24. *Ibid.*, pp. 206, 223.

25. *Ibid.*, p. 104.

26. FUENZALIDA, VALERIO: *Televisión y Cultura Cotidiana. La Influencia social de la TV percibida desde la cultura cotidiana de la audiencia*, CPU, Santiago, 1997; PORTALES, DIEGO: *Utopías en el Mercado (Teoría y Práctica de una Contribución Democrática de la Televisión)*, Las Producciones del Ornitórrinco, Santiago, 1994.

**CUADRO 3: TIPOS GENERALES DE PROGRAMAS**

EMITIDOS ENTRE 1972-1996 (PORCENTAJE DE EMISIONES, DÍA COMPLETO)

	1972	1982	1994	1996
ENTRETENCIÓN	71,6	83,8	78,1	66,0
INFORMACIÓN	16,5	7,7	16,9	18,2
CULTURA/EDUCACIÓN	11,9	8,5	4,7	6,6
OTROS	N/D	N/D	N/D	9,3

Fuentes: FUENZALIDA, 1986:178; CNTV, 1994c, 1998. Las de los años 1972 y 1982 son muestras de 3 semanas; 1994 y 1996 son trimestres completos. N/D: datos no disponibles.

diversidad programática como componente de la calidad ha sido un aspecto poco estudiado en nuestro país. Los pocos casos existentes se refieren a categorías muy amplias como el equilibrio entre «entretención-información-educación» (funciones del *broadcasting* definidas por la *BBC* en los años 20) o el viejo dilema entre programas nacionales versus extranjeros. En ambos casos, la poca evidencia existente en Chile sugiere que la programación de los canales no es más «banal» (entendida como prevalencia de programas de «entretención»; ver CUADRO 3) ni más extranjerizada que a inicios de los 70, en pleno apogeo del duopolio regulado universitario-estatal.<sup>27</sup> Sin embargo, la tríada entretención-información-educación es equívoca (un mismo programa puede cumplir las tres funciones simultáneamente) y demasiado amplia para un análisis detallado.

Otros trabajos recientes evalúan ciertos programas específicos desde la perspectiva de un analista o del público, a través de encuestas o *focus groups*.<sup>28</sup> Por otra parte, ni los reportes y estadísticas del CNTV ni los de la Secretaría de Comunicación y Cultura sobre oferta programática e índices de sintonía pretenden analizar los aspectos más cualitativos de la industria.<sup>29</sup>

## 2.2. CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

El objetivo de replicar el análisis de la *NHK* en Chile fue delinear las variaciones en diversidad programática de la TV abierta VHF entre 1988 y 1997 distinguiendo el aporte que cada canal ejerce en el sistema, tanto en horario de punta (*prime time*) como en día completo. No se analizó la oferta de TV cable debido a que su acceso está condicionado al

pago de la suscripción y a que su penetración en los hogares chilenos es aún baja con respecto a la de la TV abierta (20,4% promedio en el país y 28,1% en las zonas urbanas en 1996-97, considerando a los numerosos «colgados» ilegales). Tampoco se incluyó al único canal UHF existente en 1997 (Gran Santiago TV) por ser incompatible con los receptores antiguos y por su limitada sintonía y cobertura.

El estudio se hizo con una muestra de una semana completa extraída de un mes de alta sintonía en intervalos de tres años: 25 al 31 de julio de 1988, 22 al 28 de julio de 1991, 25 al 31 de julio de 1994 y 21 al 27 de julio de 1997. Se seleccionó julio debido a sus altos índices de audiencia y el consiguiente cuidado de los canales para preparar sus pautas.<sup>30</sup> Además, se trata de un mes relativamente normal, sin las recurrentes maniobras programáticas del inicio de cada semestre televisivo.

Se hicieron cálculos separados según las categorías programáticas usadas por la *NHK* y el CNTV, distinguiendo entre horario de punta y día completo. Aquellos programas cuyo inicio o término no coincidía exactamente con los horarios de punta – 19:30 a 23:29 horas en días de semana y 19:30 a 24:00 horas en fines de semana – fueron incluidos cuando el 50% o más de su duración se extendía dentro de ese bloque.

Es importante también referirse al contexto general, el cual sufrió cambios importantes durante la década estudiada. En julio de 1988 faltaban diecinueve meses para el término del régimen militar. El gobierno influía directa o indirectamente en la TV. La estructura televisiva era casi la misma de 1970: ninguno de los cuatro canales existentes en Santiago eran empresas privadas con fines de lucro. Aparte de su señal habitual por la frecuencia 7, *TVN* – entonces dependiente del Poder Ejecutivo – operaba un segundo canal «cultural» en la frecuencia 9 VHF.

En 1991 habían ocurrido cambios importantes. Tras perder el plebiscito de 1988, el régimen promulgó una nueva ley de televisión (Nº 18.383) que autorizó tardíamente la televisión privada reconocida por la Constitución de 1980. La venta de las frecuencias 4 (entonces no utilizada) y 9, ambas de *TVN*, permitió que aparecieran nuevos participantes.

27. Ver FUENZALIDA, VALERIO: *Estudios Sobre la Televisión Chilena*, 2ª Ed., CPU, Santiago, 1984; además, *Informes Estadísticos 1993, 1994 y 1996*, CNTV. En 1996, el material nacional alcanzaba a un altísimo 54,5% en día completo y a un 77,8% en *prime time*.

28. Por ejemplo: FUENZALIDA, *op. cit.*; CNTV, *op. cit.*; SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN Y CULTURA (SECC): serie *Tele-Visiones*, desde 1991 en adelante.

29. CNTV, *op. cit.*; SECC, *op. cit.*

30. Ver TIME/IBOPE: *The Chilean Market. Marketing y Medios 96/97*, Santiago, 1997.

Por poco, TVN misma no fue rematada, pero debió autofinanciarse desde entonces y pagar enormes deudas acumuladas desde 1983. Canal 9, ahora *Megavisión*, comenzó a transmitir en 1990 y *La Red*, canal 4, en 1991.

En 1994 había nuevos protagonistas. El siempre desfinanciado canal 11 de la Universidad de Chile había sido cedido por esa casa de estudios al conglomerado venezolano *Venevisión*. El canal, formalmente aún en poder de la universidad, fue rebautizado como *Chilevisión (CHV)*. Sin embargo, las flamantes cadenas privadas descubrieron que la televisión era un negocio bastante peor que lo calculado, y que los «tradicionales» canal 13 y TVN seguían liderando el mercado. *Megavisión* debió aliarse con *Televisa* de México, y *La Red* comenzó un doloroso proceso de cambio de dueños. Por mientras, el antiguo canal 5 de la Universidad Católica de Valparaíso (*UCV*) se mantenía a flote en su modesto nicho de programas infantiles y de conversación.

Por último, en 1997 la banda VHF en Santiago quedó saturada con canal 2 *Rock & Pop*, el único emisor de TV abierta segmentado hacia una audiencia específica: la juvenil. La industria parecía configurarse en dos o tres subconjuntos: los grandes (*TVN* y *UCTV*), con alta capacidad de producción propia y con los mayores ingresos y sintonías; los pequeños (*Rock & Pop*, *La Red*, *UCV*); y un nuevo escenario intermedio ocupado por el ascendente *CHV* (el cual en 1997 rompió su tradición histórica de generar pérdidas). El tercer canal en cuanto a ingresos y sintonía, *Megavisión*, quedó en una posición intermedia en la segunda mitad del año, tras el fracaso de su segunda teleserie propia en *prime time*. Los «grandes» habían consolidado una exitosa y cara fórmula programática tripartita en ese horario: telenovela propia, noticiario, y programa nocturno fuerte, con uso creciente de producciones originales.

Para el análisis de diversidad se extrajeron las programaciones publicadas día a día en los periódicos *El Mercurio* y *La Tercera*, debido a que en el CNTV no existen archivos televisivos anteriores a tres meses. Por ende, el tiempo dedicado a publicidad no está registrado en el estudio. Este proble-

ma pudo haberse obviado con los informes estadísticos del CNTV, en los que todos los programas del sistema son registrados de manera exhaustiva durante un trimestre según un listado de categorías programáticas (ver CUADRO 4). Sin embargo, estos informes sólo cubren algunos períodos de 1993, 1994 y 1996.

Varias sutilezas de nuestra realidad televisiva no quedan reflejadas en las categorías japonesas. En primer lugar, la distinción entre narrativas televisiva,

**CUADRO 4: CATEGORÍAS PROGRAMÁTICAS**

DE LA NHK DE JAPÓN	DEL CNTV DE CHILE
1. NARRATIVA TELEVISIVA	A. NOTICARIOS E INFORMATIVOS
2. NARRATIVA CINEMATOGRAFICA	B. REPORTAJE Y DOCUMENTAL
3. NARRATIVA TEATRAL	C. DEBATE Y CONVERSACIÓN
4. DOCUMENTAL	D. PELÍCULA (incluye dibujos animados)
5. INFORMATIVOS Y REPORTAJES	E. SERIES Y MINISERIES (incluye dibujos animados)
6. EDUCATIVO/ INSTRUCCIONAL	F. TELENOVELA
7. HOBBY/ INTERÉS PERSONAL: Tecnología, naturaleza y medio ambiente, ciencia, aspectos del hogar.	G. MISCELÁNEO: Variedades, magazine, shows, estelares, concursos, humor, misceláneo educativo infantil, de dibujos animados, juvenil, microprograma de habilidades.
8. VARIEDADES/SHOW	H. DEPORTES
9. JUEGOS/CONCURSOS	I. VIDEO CLIP
10. DEPORTES	J. ARTES Y ESPECTÁCULOS CULTURALES: Ópera, ballet, música clásica, eventos de música popular, documentales artístico-culturales, programas de difusión.
11. ARTES/MÚSICA	K. EDUCATIVO Y SERVICIO [AL] PÚBLICO
12. INFANTIL	L. RELIGIOSO
13. RELIGIÓN	M. CONTINUIDAD, OTROS
14. PROGRAMAS PARA MINORÍAS	
15. OTROS	



cinematográfica y teatral es demasiado detallada para una industria relativamente pequeña. En cambio, formatos más baratos y más frecuentes en Chile (debate, conversación, *reality shows*, microprogramas) caen dentro del mismo saco que una serie envasada extranjera. Por otra parte, la categoría «infantil» de la *NHK* no sólo es muy amplia sino que se confunde con espacios que supuestamente son para niños pero que ven otros públicos, o a la inversa. Tampoco hay narrativa teatral o programas para minorías en el sistema chileno, salvo un breve noticiario nocturno para sordomudos en *Megavisión*.

Los matices del sistema chileno son mejor reflejados en las trece categorías del CNTV. Sin embargo, y aunque el consejo no confunde forma, contenido y público como la *NHK*, hay algunos tipos demasiado específicos y otros muy amplios. En particular, «misceláneo» es demasiado general respecto a la puntillosa distinción entre «noticiarios-informativos», «debate-conversación», «reportajes-documentales» y «telenovela», el género televisivo latinoamericano por esencia aquí elevado a categoría programática en sí misma. El listado no incluye la categoría infantil ni ninguna otra basada en públicos-objetivo, lo que evita las confusiones de la propuesta nipona.

Los cálculos se hicieron, entonces, con ambas listas por separado. Así, los resultados obtenidos a partir de las categorías de la *NHK* pueden contrastarse tentativamente con las cifras japonesas, canadienses, suecas, británicas y estadounidenses.

### 3. RESULTADOS

El análisis arroja cifras bastante favorables con ambas categorizaciones (la de *NHK* y la del CNTV), en ambos horarios (día completo y *prime time*) al

cabo de los años estudiados. Los valores obtenidos con el listado japonés fueron similares a los que la *NHK* rescató de los cinco países industrializados mencionados. Los chilenos gozan de un rango satisfactorio de alternativas programáticas, consistente con otros indicadores de bienestar general.<sup>31</sup>

#### 3.1. SEGÚN LAS CATEGORÍAS DEL CNTV

No se aprecian pérdidas ni ganancias significativas de diversidad tras la desregulación del mercado y la aparición de los canales privados entre 1988 y 1997, al contrario de lo que suponían tanto defensores como detractores de la liberalización. No obstante, el muy leve aumento de la entropía relativa (ver gráfico 1) sugiere que el sistema es poco eficiente: 1997 requirió casi el doble de canales que 1988 para que hubiera un margen muy menor de diversidad adicional. Para colmo, la mayoría de los canales funciona a pérdida. Esto es consistente con los planteamientos tradicionales de la economía del *broadcasting* de sistemas desregulados financiados por publicidad.<sup>32</sup>

##### 3.1.1. DÍA COMPLETO

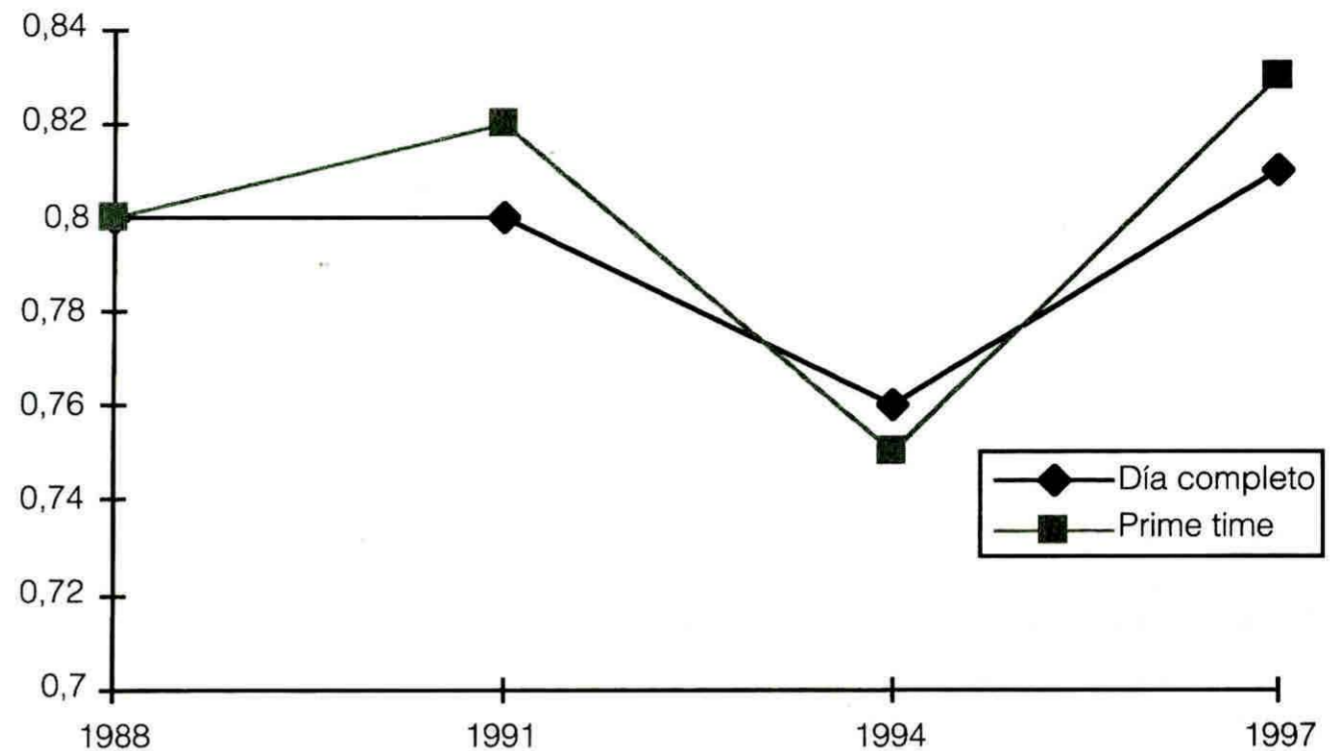
El índice de entropía relativa general asciende de 0,80 en 1988 a 0,81 en 1997. Hay una baja en 1994, quizás relacionada a las inciertas condiciones de mercado que forzaron a los operadores a copiarse entre sí para robarse sintonía unos a otros (duplicación). En una primera fase, *Megavisión* intentó socavar al canal de la UC copiándole estilo y formatos, e ignoró a *TVN*. En cuanto a *La Red*, su valor  $n-1$  revela que su aporte a la diversidad es negativa en todos los años analizados (ver CUADRO 5).

31. Ver PNUD: *Informe de Desarrollo Humano 1996*, Mundi-Prensa, Madrid, 1996; BANCO MUNDIAL: *Informe sobre el desarrollo mundial 1997*, Washington, 1997.

32. OWEN y WILDMAN: *Video Economics*, Harvard University Press, Cambridge, MA, 1992; COLLINS, GARNHAM y LOCKSLEY: *The Economics of Television, the UK case*, Sage, London, 1988.

**Los valores fueron similares a los que la *NHK* rescató de los cinco países industrializados mencionados. Los chilenos gozan de un rango satisfactorio de alternativas programáticas consistente con otros indicadores de bienestar general.**

**GRÁFICO 1: CAMBIOS EN DIVERSIDAD (ENTROPÍA) DEL SISTEMA 1988-1997. DÍA COMPLETO Y HORARIO 'PRIME'. (CATEGORÍAS DEL CNTV)**



La diversidad del sistema repuntó en 1997. La relativa consolidación del mercado puede explicar el repunte de la diversidad general, ya que grupos de canales empezaron a explotar nichos más diferenciados según sus propias posibilidades (aunque hubo también alta duplicación programática entre canales de similar tamaño).

También es interesante examinar el aporte hecho por cada medio a la diversidad general mediante su valor  $n-1$ . Aquí el ideal es un valor lo más bajo posible, porque ello significa que la diversidad general decae al restar el canal en cuestión. Si el  $n-1$  de un canal es igual o superior al del sistema, quiere decir que hubo aporte cero o negativo a la diversidad. Salvo en 1997, *UCTV* es el único canal con un aporte consistente en este respecto.

Con respecto a la entropía interna de cada canal,

*UCTV* también presenta la malla programática más variada seguido por *TVN*, canal que mejora sus valores  $n-1$  en 1991 y 1994. Pero, al igual que con *UCTV*, ambos índices se deterioran en 1997 debido a que estos grandes operadores se especializaron en géneros caros como telenovelas, *shows* y reportajes periodísticos no envasados. Así, el copiarse mutuamente las fórmulas exitosas perjudica sus valores  $n-1$ .

### 3.1.2. SÓLO 'PRIME TIME'

El análisis del horario de punta contradice una clásica crítica a los mercados televisivos competitivos y desregulados: la diversidad del *prime time* no es más baja que en día completo. En parte, ello obedece a la puntillosa separación de géneros que hace el CNTV y que no queda plasmada en el análisis basado en las categorías de la *NHK*. Otra razón es la

**CUADRO 5: ENTROPÍA RELATIVA DEL SISTEMA 1988-1997- DÍA COMPLETO - CATEGORÍAS DEL CNTV**

AÑO	SISTEMA	2 R&P		4 LA RED		5 UCV		7 TVN		9 MEGA*		11 CHV**		13 UCTV	
		H	N-1	H	N-1	H	N-1	H	N-1	H	N-1	H	N-1	H	N-1
1997	<b>0,81</b>	0,70	0,80	0,54	0,82	0,60	0,81	0,72	0,81	0,75	0,80	0,67	0,81	0,78	0,80
1994	<b>0,76</b>	-	-	0,54	0,77	0,70	0,75	0,77	0,75	0,71	0,76	0,63	0,77	0,79	0,74
1991	<b>0,80</b>	-	-	0,64	0,82	0,63	0,80	0,77	0,79	0,73	0,79	0,72	0,78	0,77	0,78
1988	<b>0,80</b>	-	-	-	-	0,73	0,77	0,71	0,81	0,67	0,80	0,71	0,82	0,82	0,78

(\*) Canal 9 pertenecía a *TVN* en 1988.  
 (\*\*) Canal 11 era operado por la Universidad de Chile en 1988 y 1991.

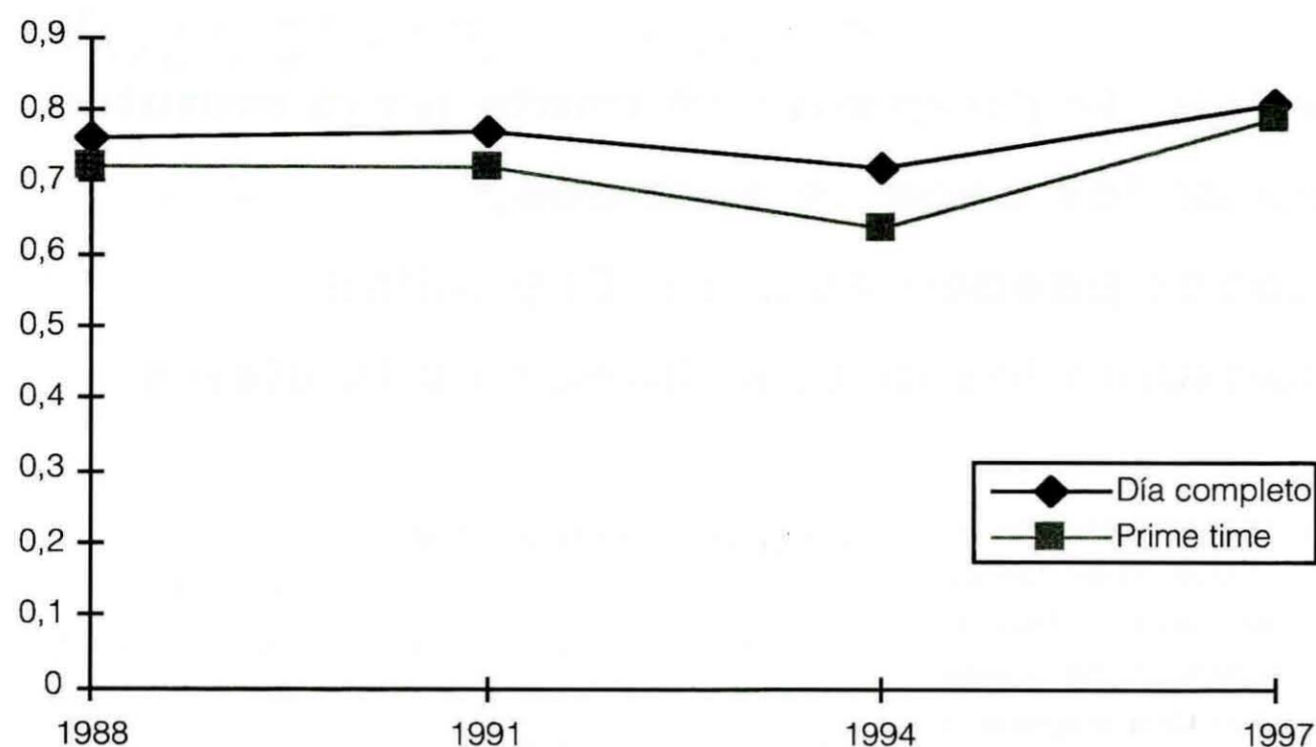


GRÁFICO 2: CAMBIOS EN DIVERSIDAD (ENTROPÍA) DEL SISTEMA 1988-1997. DÍA COMPLETO Y HORARIO 'PRIME'. (CATEGORÍAS DE LA 'NHK')

heterogeneidad de los canales (universitarios, estatal y privados; grandes y pequeños). Esto también es consistente con la economía de los sistemas televisivos saturados según la cual los operadores no pueden imitarse *ad aeternum*; deben especializarse en cierto momento.<sup>33</sup> Al revés que lo ocurrido en el análisis del día completo, la entropía en el *prime time* asciende con los años (ver CUADRO 6). Ello implica que la competencia entre diversos tipos de canales –aunque el financiamiento sea comercial– ha servido al público en este aspecto. El costo es duplicación programática entre subgrupos de canales, muchos de los cuales sufren importantes pérdidas financieras.

Sin embargo, el aporte de cada canal (medida por el valor  $n-1$ ) es muy distinto al del día completo. Paradójicamente, canal 13 es el que menos contribu-

ye al respecto, *salvo* en 1988. La mayor y más consistente contribución a la diversidad es, en cambio, la de canal 5 de la UCV, que mantuvo una oferta diferente a lo largo de todos los años examinados. Algo similar, pero en menor grado, ocurre con el canal 11, otrora *Red de Televisión Universitaria (RTU)* y hoy *Chilevisión (CHV)*. Los demás operadores muestran un desempeño variable.

### 3.2. RESULTADOS SEGÚN LAS CATEGORÍAS DE LA 'NHK'

#### 3.2.1. DÍA COMPLETO

Pese a ciertas diferencias en las cifras logradas con el listado del CNTV, el sistema chileno muestra una diversidad levemente superior con las categorías de la NHK: de 0,76 en 1988 a 0,81 en 1997 (ver GRÁFICO 2).

33. NOAM, ELI: *Television in Europe*, Oxford University Press, New York & London, 1991; OWEN y WILDMAN, *op. cit.*

CUADRO 6: ENTROPÍA RELATIVA DEL SISTEMA 1988-1997- 'PRIME TIME' – CATEGORÍAS DEL CNTV

AÑO	SISTEMA	2 R&P		4 LA RED		5 UCV		7 TVN		9 MEGA*		11 CHV**		13 UCTV	
		H	N-1	H	N-1	H	N-1	H	N-1	H	N-1	H	N-1	H	N-1
1997	<b>0,83</b>	0,63	0,83	0,62	0,83	0,79	0,76	0,55	0,83	0,71	0,83	0,65	0,82	0,62	0,84
1994	<b>0,75</b>	-	-	0,58	0,76	0,69	0,72	0,67	0,74	0,68	0,75	0,72	0,74	0,59	0,76
1991	<b>0,82</b>	-	-	0,66	0,81	0,70	0,81	0,70	0,82	0,64	0,82	0,72	0,77	0,67	0,83
1988	<b>0,80</b>	-	-	-	-	0,59	0,76	0,69	0,81	0,56	0,80	0,73	0,78	0,75	0,79

(\*) Canal 9 pertenecía a TVN en 1988.

(\*\*) Canal 11 era operado por la Universidad de Chile en 1988 y 1991.



**asta con que cada tipo de programa se emita unos minutos por el más pequeño de los canales para que, hipotéticamente, todos puedan gozarlo. El público compensa en su consumo los desequilibrios de la oferta.**

El estudio japonés revelaba, en tanto, índices de 0,71 en los EE.UU.; 0,74 en Canadá; 0,75 en Japón; 0,79 en Suecia; y 0,80 en el Reino Unido, si bien la programación chilena es más barata y con mayor cantidad de *envasados* importados. Con respecto a la entropía interna de cada canal (léase la diversidad de sus mallas), los chilenos ofrecen una mayor gama de alternativas que sus contrapartes estadounidenses (el sistema más similar al chileno), excepto la cadena pública PBS. No obstante, es arriesgado extraer conclusiones simplistas ante las enormes diferencias de magnitud, transparencia y sofisticación entre ambos mercados.

Hay otra distinción importante con respecto a los hallazgos de la *NHK*. En los países industrializados, los canales públicos hacen el mayor aporte a la diversidad (valores  $n-1$ ). En Chile es difícil distinguir del resto a *UCTV* o *TVN*, canales que, pese a ser operados comercialmente, no tienen fines de lucro. Pero, a la larga, este sistema mixto ofrece una gama aceptable de alternativas al público, léase, calidad (ver CUADRO 7).

**3.2.2. SÓLO 'PRIME TIME'**

La mayor diferencia entre los resultados obtenidos con las categorías del CNTV y de la *NHK* se encuentra en el horario de punta. Mientras que en el primer caso la diversidad del sistema se mantiene y/o aumenta con respecto al día completo, al aplicar las categorías de la *NHK* el *prime time* queda por debajo del promedio diario. Esto se debe a que la terminología japonesa no distingue entre tipos de programas que el CNTV sí separa y que componen la dieta del *prime* criollo.<sup>34</sup> Pese a todo, las diferencias entre el horario de punta y el día completo son moderadas, como se ilustra en el CUADRO 8.

Como comparación, el análisis de la *NHK* sobre el *prime time* reveló un índice de entropía relativa de 0,58 en EE.UU.; 0,67 en Canadá; 0,71 en Gran Bretaña; 0,72 en Suecia; y 0,81 en Japón.

Las categorías más amplias de la *NHK* también revelan otra tendencia interesante. Durante los años analizados, los canales más grandes obtienen índices de entropía *interna* cada vez menores. Es decir, comienzan a especializarse en aquellos géneros en que presentan mayores ventajas comparativas (por su costo, capacidad de producción y atractivo públi-

34. Los más grandes (*UCTV*, *TVN* y *Megavisión*) compiten en *prime* con telenovela a las 20:00, noticiario a las 21:00 y algún estelar o serie alrededor de las 22:00 horas.

**CUADRO 7: ENTROPÍA RELATIVA DEL SISTEMA 1998-1997- DÍA COMPLETO - CATEGORÍAS DE LA 'NHK'**

AÑO	SISTEMA	2 R&P		4 LA RED		5 UCV		7 TVN		9 MEGA*		11 CHV**		13 UCTV	
		H	N-1	H	N-1	H	N-1	H	N-1	H	N-1	H	N-1	H	N-1
1997	<b>0,81</b>	0,75	0,79	0,72	0,80	0,58	0,81	0,72	0,81	0,71	0,82	0,68	0,82	0,72	0,81
1994	<b>0,72</b>	-	-	0,53	0,74	0,65	0,70	0,70	0,72	0,66	0,72	0,57	0,72	0,73	0,71
1991	<b>0,77</b>	-	-	0,66	0,74	0,69	0,69	0,72	0,71	0,64	0,72	0,69	0,71	0,69	0,72
1988	<b>0,76</b>	-	-	-	-	0,69	0,75	0,66	0,77	0,66	0,76	0,67	0,76	0,80	0,75

(\*) Canal 9 pertenecía a *TVN* en 1988.

(\*\*) Canal 11 era operado por la Universidad de Chile en 1988 y 1991.

**CUADRO 8: COMPARACIÓN DÍA COMPLETO/'PRIME TIME'**

ENTROPÍA GENERAL DEL SISTEMA 1988-1997 CATEGORÍAS DE LA 'NHK'				
	1988	1991	1994	1997
DÍA COMPLETO	0,76	0,77	0,72	0,81
'PRIME TIME'	0,72	0,72	0,64	0,79

co): telenovelas propias, noticiarios, reportajes, shows de variedades. En contraste, los canales más pequeños recurren a una oferta mucho más diversificada, lo que arroja un mayor índice de entropía interna para estos operadores.

Al analizar las cifras n-1, vemos que en *prime time* la fuerte duplicación recíproca entre TVN, UCTV y Megavisión hacen que su aporte a la diversidad del sistema sea inferior a la de los más pequeños. Por el contrario, UCV demuestra ser una verdadera alternativa a lo largo de los años. Algo similar ocurre con canales 2 y 4, aunque a un nivel menor.

### 3.3. DIVERSIDAD EN EL CONSUMO

La diversidad de la oferta debiera contrastarse con la del consumo; es decir, con la distribución del visionado de formatos programáticos por parte de los telespectadores.<sup>35</sup> La NHK no pudo hacerlo por falta de datos, pero en nuestro caso se calculó la entropía relativa del sistema a partir de los *share* de audiencia de 1994, según género programático, detallados en el reporte del CNTV.<sup>36</sup> Como los datos no están desagregados por canal, no hay cifras de entropía interna ni de valores n-1.

Los resultados indican que las audiencias se exponen a todos los tipos de programas, a pesar de los desequilibrios en la oferta. Los índices de entropía son muy cercanos al valor absoluto 1,00 con un

sorprendentemente alto 0,98 promedio para el día completo y en *prime time*. El valor máximo se alcanza en la tarde (12:00 a 16:59 horas).<sup>37</sup>

A diferencia del ingreso nacional, basta con que cada tipo de programa se emita unos minutos por el más pequeño de los canales para que, hipotéticamente, todos puedan gozarlo. Es decir, el público compensa en su consumo los desequilibrios de la oferta, siempre y cuando todos los géneros sean emitidos en el sistema.

Se cumple así un principio fundamental de servicio público de la TV, relativo a la capacidad de acceso del público a la mayor gama posible de alternativas programáticas. Sin embargo, el *people meter*, el mejor instrumento disponible para medir sintonía televisiva, tiene limitaciones para estos efectos. Por cubrir sólo Santiago y excluir al 17% más pobre de la población (el grupo E en jerga publicitaria),<sup>38</sup> el instrumento representa en realidad al 33% de la población nacional. Además varios operadores no están suscritos, como UCV, Telenorte, Gran Santiago TV (UHF) y las firmas de TV cable.

### 4. CONCLUSIONES

El estudio chileno revela que la diversidad programática, un importante componente de calidad televisiva, ha aumentado poco entre 1988 y 1997, pese a la desregulación, la introducción de canales privados y el aumento del número de operadores. No se advierten los incrementos dramáticos de diversidad que auguraron los partidarios de la liberalización, así como tampoco el deterioro que esperaban sus detractores. Esto ocurre tanto en horario de punta como en día completo según las categorías del CNTV y de la NHK.

**CUADRO 9: ENTROPÍA RELATIVA DEL SISTEMA 1988-1997- 'PRIME TIME'- CATEGORÍAS DE LA 'NHK'**

AÑO	SISTEMA	2 R&P		4 LA RED		5 UCV		7 TVN		9 MEGA*		11 CHV**		13 UCTV	
		H	N-1	H	N-1	H	N-1	H	N-1	H	N-1	H	N-1	H	N-1
1997	<b>0,79</b>	0,67	0,77	0,61	0,75	0,67	0,72	0,47	0,80	0,59	0,80	0,55	0,80	0,49	0,80
1994	<b>0,64</b>	-	-	0,46	0,63	0,62	0,58	0,48	0,63	0,55	0,63	0,59	0,62	0,50	0,63
1991	<b>0,72</b>	-	-	0,52	0,70	0,46	0,70	0,60	0,73	0,44	0,75	0,53	0,68	0,59	0,73
1988	<b>0,72</b>	-	-	-	-	0,54	0,70	0,50	0,72	0,62	0,72	0,66	0,71	0,76	0,70

(\*) Canal 9 pertenecía a TVN en 1988.

(\*\*) Canal 11 era operado por la Universidad de Chile en 1988 y 1991.

35. *Op. cit.*

36. CNTV: *Informe Estadístico agosto/octubre 1994*, Santiago, 1996.

37. Para mayores detalles metodológicos, ver GODOY, SERGIO: *Chile's Market Oriented Model of Public Television*, University of Westminster, Londres, 1998 (Capítulo 9).

38. TIME/IBOPE, *op. cit.*

## **La evidencia es consistente con la economía del 'broadcasting': los sistemas financiados por publicidad tienden a la homogeneidad programática entre canales, hasta que la saturación obliga a buscar nichos más especializados.**

Hay una caída de la diversidad en 1994, quizás debida a un incremento pasajero de la duplicación programática entre canales luego de que los privados descubrieran que el mercado televisivo era mucho más hostil que lo esperado. Hacia fines de 1997 se vislumbraba una especie de consolidación del mercado en un grupo de canales grandes (*TVN* y *UCTV*, ocasionalmente *Megavisión*), otro de pequeños (*Rock & Pop*, *La Red*, *UCV*) y otro intermedio (*Chilevisión* y, a veces, *Megavisión*). En este escenario saturado, había una tendencia a una mayor especialización de los grandes (sobre todo en *prime time*) y a una mayor diversificación de la oferta en los más pequeños, con frecuente duplicación recíproca entre operadores de similar tamaño. Esta consolidación puede explicar el aumento de la diversidad general de 1997 con respecto a 1988, así como el escaso aporte a la diversidad general de cada canal por separado (valores  $n-1$ ).

La evidencia es consistente con los principios tradicionales de la economía del *broadcasting*, que señalan que los sistemas financiados por publicidad tienden a la homogeneidad programática entre canales, hasta que la saturación obliga a buscar nichos más especializados. Una causa importante es la naturaleza heterogénea de los canales chilenos (universitaria, estatal, privada). Pero hay que tener cuidado con las comparaciones fáciles: el sistema chileno cuenta con programas mucho más baratos y con mayores cuotas de *envasados* extranjeros (45,5% de la oferta general en 1996)<sup>39</sup> que los países ricos.

Otra diferencia con el estudio de la *NHK* es que en Chile se calculó además la diversidad del consumo para un trimestre de 1994. Sin olvidar que las

cifras de sintonía televisiva sólo representan al 33% de la población y que varios operadores no están suscritos al *people meter*, se constató que los desequilibrios programáticos por el lado de la oferta son compensados a nivel de la demanda, siempre y cuando *todos* los géneros tengan cabida en el sistema. Debido a las características de bien de uso público de la TV abierta, un minuto de programación puede ser compartido por todos los consumidores. Los índices de entropía relativa son muy cercanos al valor máximo 1,00, ya que los teleespectadores ven menos de aquellos géneros sobreofertados y más de aquellos más escasos.

Por ende, el principio general de calidad referido al acceso de la población a la mayor gama posible de programas se cumple, aunque a costo de alta duplicación programática entre canales rivales y una difícil situación económica para la mayoría de ellos.

El cálculo de la entropía relativa es fundamental para evaluar la calidad del sistema televisivo, y conviene hacerlo tanto por el lado de la oferta como por el de la demanda como prerequisite para un análisis más exhaustivo. Sin embargo, es necesario considerar además otros factores, cualitativos y cuantitativos.

La TV debe examinarse en los niveles de sistema, del medio y del programa individual, desde la perspectiva no siempre coincidente de los diversos actores (el público, los profesionales del medio, los propietarios, los avisadores, los reguladores y los legisladores). Ello es urgente ante la incertidumbre generada por la digitalización y convergencia en los medios tradicionales: permitiría someter la tecnología al interés público y no al revés. **■**

39. CNTV: *Informe Estadístico de Televisión de Libre Recepción agosto/octubre 1996*, Santiago, 1998.