



Televisión en tiempos de cambio

La Universidad ORT lanzó el Programa de Actualización en Formatos, Negocios y Creatividad para TV

A nivel mundial, la televisión vive un tiempo de cambio. Como país nos hemos mantenido al margen por falta de recursos económicos y -posiblemente- falta de motivación de los involucrados. El rol de la televisión abierta de aire se ha modificado y es imprescindible repensar la forma de hacer televisión en función de la nueva competencia que gana cada vez más terreno en la preferencia de los espectadores.

Hace veinte años el televisor era la principal forma de entretenimiento, ubicado generalmente en un lugar central del living de cada hogar, de cara a la familia toda. En ese momento los canales de aire eran la única opción por lo que la competencia era entre ellos por la mayor porción de público.

Con la llegada del cable la competencia comenzó a diversificarse pero la concepción de los canales abiertos se mantuvo. En los primeros años, tomando al cable en su conjunto como un canal, el *rating* marcó una preferencia del público por los canales abiertos. Este hecho y la relación entre los canales y las empresas de distribución de cable, propició que el negocio de la televisión fuera aún más rentable. Esto podría justificar el mantenimiento de la estructura de los canales y de las formas de hacer televisión.

El siguiente cambio en la forma de ver televisión lo marca la masificación de las computadoras, al punto tal de haber suplantado al televisor como centro de entretenimiento de la familia. Con el correr de los años, el público se fue sentando

cada vez más frente a la computadora y con el televisor como telón de fondo.

Actualmente el cable en su conjunto tiene mayor *rating* que los canales abiertos y gracias a Internet es posible acceder a películas y señales de todo el mundo en la computadora. A nivel internacional este cambio en la forma de ver televisión ha generado distintas respuestas. En primer lugar, la mejora en la calidad de imagen, desde la grabación hasta la emisión. En este sentido la alta definición HD devuelve al espectador la "experiencia" de mirar televisión, en contrapartida a la calidad en que se ve por Internet. Además, se está experimentando con televisión en 3D. En segundo lugar, la constante búsqueda de nuevas producciones y formatos. La inversión en programas innovadores, que permiten la venta de otros subproductos como DVDs y libros en el caso de las series, CDs en el caso de musicales, o entradas para espectáculos cuando se trata de programas infantiles. Todos estos elementos permiten generar un vínculo más fuerte entre el espectador y el programa.

Finalmente, la televisión digital permite ampliar la cantidad de señales abiertas, pudiendo cada canal tener hasta cuatro señales independientes. De esta forma, se puede dar un contenido más particular a cada canal, haciendo posible que el televidente opte por el canal más afín a sus intereses y gustos, compitiendo con la oferta del cable. Mientras tanto nuestro país, que aún no tiene definida la norma a utilizar, se debe preparar para este nuevo cambio.

Afortunadamente, en los últimos dos años el canal estatal ha mejorado sustancialmente su contenido, con programas internacionales de nivel cultural y programas de producción propia adecuados a los estándares de la televisión privada. De esta forma el viejo Canal 5 se transformó en una opción real a la hora del *zapping*. Los canales privados, por su parte, buscan caminos para insertar en su grilla una oferta de programación con identidad nacional.

Se deberá poner creatividad e innovación, así como combinar plataformas multimedios para poder competir con la oferta de programación argentina, hoy enraizada en nuestro país. Este complejo panorama hace casi obligatoria una revisión de la forma de hacer televisión en Uruguay: repensar contenidos, tipos de producción, objetivos e intereses. Para esto la formación y profesionalización de los productores de televisión es fundamental. Es destacable entonces la preocupación de los canales por *aggiornarse* a los nuevos formatos de la televisión actual. Prueba de ello es la participación de los canales privados y el estatal en un programa de actualización en formatos, negocios y creatividad para TV que está dictando la Universidad ORT desde el mes de julio.

Lic. Gerardo Castelli
Coordinador Académico Adjunto de Audiovisual,
Facultad de Comunicación y Diseño,
Universidad ORT

El Programa de Actualización en Formatos, Negocios y Creatividad para TV (www.ort.edu.uy/fcd/patv) plantea una visión completa de las mejores prácticas a nivel global, desde las nuevas formas de producción a la generación de contenidos. El aporte de un experimentado cuerpo docente internacional, compuesto por profesionales destacados en el exterior, habilita a los participantes a acceder al conocimiento actualizado y fomenta el intercambio con profesionales que comparten el mismo interés.