

TVN Y EL MANAGEMENT TELEVISIVO

SEÑOR DIRECTOR:

Esta semana, la Comisión de Cultura de la Cámara de Diputados aprobó el primer trámite del proyecto para entregar nuevo financiamiento a TVN. El momento quizás no fue el mejor para la estación televisiva, porque hace un poco más de dos semanas se conocieron los resultados económicos del primer semestre: 10.882 millones de pesos de pérdidas, un 355% más si se comparan con las del 2023. Qué hay detrás de estos números: menores ingresos y mayores costos, es decir, la peor fórmula posible para cualquier organización. Mucho se ha hablado de la importancia -o no- de la televisión pública, pero el foco hay que ponerlo en la gestión de los recursos. Porque más allá de que se le terminen asignando los dineros, el asunto de fondo es que no se transforme en un saco roto o en un elefante blanco, pesado, al que le cuesta reaccionar en tiempos en los que la flexibilidad, la innovación y la rapidez para leer las transformaciones de la industria son claves para conseguir buenos resultados.

La directora ejecutiva de TVN asumió en marzo de este año y los cambios en la televisión se empiezan a notar al menos seis meses después de que se pone al aire una parrilla programática. Susana García tiene experiencia en la industria y la mano se debería empezar a ver en los resultados financieros de septiembre. Esperemos que no sea muy tarde en una discusión que, hasta el momento, ha estado más cargada de política partidista que de *management* televisivo.

Cristóbal Benavides A.

Decano Facultad de Comunicación
Universidad de los Andes