

Televisión Cultural

Diagnósticos y definiciones

2014

Departamento de Estudios

CONTENIDOS

Presentación.....	3
La televisión cultural en Latinoamérica	5
ANEXO 1: Experiencias de TV Cultural en Latinoamérica	9
Argentina.....	9
Bolivia.....	11
Colombia	12
México.....	13
Uruguay.....	14
Venezuela.....	15
ANEXO 2: Otros modelos de televisión cultural	16
BBC.....	16
RAI.....	17
Discovery Channel.....	17
National Geographic.....	18
Referencias	19

Presentación

La televisión cultural o educativa aparece frecuentemente asociada al concepto de lo *público*. La definición de qué significa público, sin embargo, no es sencilla. Aunque frecuentemente se asocia “público” con “estatal”, la relación entre estas dos esferas de la vida social no es de superposición total. Aunque se podría abrir la discusión, para efectos de este documento solo se mencionan las características que generan consenso sobre el significado de *público*: visibilidad, transparencia, universalidad, espacio distinto del Estado y del mercado, entre otros.

El presente texto sistematiza principalmente la información y descripción de experiencias de la región latinoamericana, por su cercanía con nuestro país, si bien se entregan descripciones de otras televisoras culturales de importancia en el mundo (BBC, RAI), y se incluye asimismo, una breve reseña de canales culturales de la oferta de televisión de pago.

A continuación se identifican algunos atributos propios de la televisión cultural en forma de afirmaciones, y luego se anexa un catastro de experiencias de este tipo de oferta.

La televisión cultural

El autor Jesús Martín-Barbero¹ ofrece una reflexión sobre la relación entre ambos conceptos y el lugar que le cabe ocupar a la televisión cultural: “¿es una televisión librada a las unidimensionales e implacables lógicas del mercado la que puede hacerse cargo de las delicadas y profundas transformaciones que atraviesan las mayorías en la hibridación de sus culturas y la vulnerabilidad de sus ciudadanías?”

Según el mismo autor se necesita una televisión cultural que:

...ofrezca reconocimiento y expresión a la diversidad cultural de que está hecho lo nacional, represente la pluralidad ideológico-política, promueva una información independiente, plural e incluyente de las diferentes situaciones regionales. Pues justamente por la fragmentación que introduce el mercado se hace más necesaria una televisión que se dirija al conjunto de los ciudadanos de un país. (...) [La televisión cultural] se asume a sí misma como un lugar decisivo en la construcción de los imaginarios sociales y las identidades culturales, dándose entonces

¹ Martín-Barbero es un destacado investigador dedicado a la televisión, con una amplia producción bibliográfica. Es uno de los más importantes referentes en la discusión sobre producción y recepción televisiva en Hispanoamérica.

como proyecto específico contribuir en el ejercicio cotidiano de una cultura democrática, y en el reconocimiento de la multiculturalidad del país y del mundo. (Martín-Barbero, 2000)

En general, la discusión sobre televisión cultural presenta un diagnóstico compartido entre varios autores y organizaciones especializadas sobre la necesidad de contar con señales públicas y culturales en Latinoamérica. Se habla de vulnerabilidad de los valores cívicos y de un déficit de participación ciudadana. Hay también un diagnóstico compartido de que las audiencias, aunque consumen bastante televisión, no están del todo conformes con ella, tanto las elites como el resto de la población. Aparece, además, el tema de la fragmentación cultural y de identidades en las sociedades actuales y la insuficiencia del mercado como mecanismo para articular la diversidad de forma exitosa. Haría falta un espacio donde sea posible “reconocerse a uno mismo y a los demás” (Ministerio de Cultura de Colombia, 2008).

De todos modos, la discusión no descarta completamente la idea de que la televisión cultural se organice como industria, con finalidad comercial. Más bien, lo que se plantea es la armonización entre la creación y el rendimiento económico, siempre considerando la centralidad de las audiencias: “Para entender la naturaleza de la producción de televisión cultural es importante saber que ella lleva expresiones propias del talento creativo, de los procesos de creación artística-audiovisual, a terrenos en los que son susceptibles de explotación comercial” (Ministerio de Cultura de Colombia, 2008).

La televisión cultural en Latinoamérica

Como se mencionó, hay varios autores y organizaciones especializadas en el estudio, análisis y supervisión de la televisión que proponen características que debiese tener una emisora para ser calificada como cultural². En general, cuando se habla de televisión cultural se alude a canales o productos televisivos con una orientación pública, pero algunos autores consideran que ésta puede tener una orientación comercial, si bien su foco debiera estar en comunicar o manifestar temas ligados al mundo de lo cultural en un sentido amplio: identidades, narrativas, relatos, símbolos, formas de vida, puesta en valor del patrimonio cultural, entre otros.

Latinoamérica tiene una serie de experiencias de canales culturales. A continuación se propone una síntesis de nueve afirmaciones con las que un canal cultural debería cumplir, basada tanto en la revisión de la discusión bibliográfica sobre el tema, como en la revisión de experiencias de canales latinoamericanos que se autodefinen como culturales o educativos. Para construir esta síntesis se recopiló y se revisó una parte de la extensa literatura sobre televisión cultural. Posteriormente se realizó un catastro de experiencias latinoamericanas, para escoger algunos referentes de interés.

La mayor parte de los canales culturales latinoamericanos son estatales

De los canales culturales revisados, la mayor cantidad fueron creados por el Estado, aunque gozan de cierta autonomía respecto del poder ejecutivo. Otros canales son dependientes de universidades estatales.

La TV cultural es diversa geográfica, política y culturalmente

En lo político, la televisión cultural debería garantizar la representación de la mayor cantidad de puntos de vista, convirtiéndose en un foro público de discusión sin sesgos ni exclusión de opiniones para los temas de interés general.

La televisión cultural debería, además, reconocer las distintas culturas e identidades que coexisten en una nación, rescatando y poniendo en valor el patrimonio tanto material como inmaterial: el conjunto de tradiciones, relatos, símbolos y modos de vida de los distintos grupos que forman un país.

² El listado completo de fuentes consultadas se encuentra al final del documento, en el capítulo “Referencias”.

Asimismo, la televisión cultural debería aspirar a hacerse cargo de la diversidad geográfica. Esto es particularmente relevante cuando se trata de países con distintas zonas y culturas asociadas a ellas. En general, esta situación se aborda incluyendo programación dedicada a lo local, creando una red de pequeñas estaciones locales y regionales con posibilidades de crear contenidos propios, o aprovechando las ventajas de la televisión digital para la creación de numerosas señales.

La TV cultural busca ser articuladora de la pluralidad

En sociedades fragmentadas, con ciudadanos que sostienen visiones de mundo y del bien diversas, a veces incluso incompatibles entre sí, la televisión cultural puede constituirse como un referente universal, capaz de coordinar la diversidad y fomentar la tolerancia y el civismo.

Parte de esta tarea se cumple al presentar en pantalla la diversidad, incluyendo en la programación a sujetos que la sociedad puede subvalorar (homosexuales, transgénero, minorías étnicas, entre otros) de modo de contribuir a normalizar las identidades y las formas de vida que escapan a lo que el sentido común considera como “normal”.

La TV cultural interpela a las audiencias como ciudadanos, no solo como consumidores

En la medida en que la televisión cultural no opera siempre dentro del mercado, la forma de vincularse con sus audiencias se caracteriza por fomentar valores cívicos como democracia, derechos humanos, tolerancia, imperio de la ley, entre otros, promoviendo activamente el acceso de las audiencias a los bienes públicos que la vida en comunidad supone.

Tratar a las audiencias como ciudadanos implica un respeto irrestricto por sus derechos civiles y políticos, pero también por su dignidad, su identidad, sus costumbres y prácticas.

La TV cultural tiene vocación universal

Una señal cultural debiese intentar alcanzar a todas las audiencias, sin una preferencia por unas u otras manifestaciones culturales. Debe tomar en cuenta las diferencias entre sus públicos para elaborar contenidos que sean de interés, y estén al alcance de, todos los ciudadanos del país.

Si esto no fuera posible en una misma señal, la televisión digital permite la creación de señales diversas, especializadas en contenidos específicos.

En las experiencias revisadas, se constató que los contenidos de los canales que se autodefinen como culturales pueden ir desde lo que tradicionalmente se denomina como alta cultura, hasta los eventos deportivos más significativos, como mundiales de fútbol, juegos olímpicos y otras competencias. El debate sobre si el deporte cabe dentro de la programación cultural parece estar, en la práctica, resuelto en favor de la inclusión de este tipo de contenidos por su capacidad para suscitar interés amplio y promover valores que forman parte de la identidad nacional.

El entretenimiento es una orientación editorial fundamental para un canal cultural

Aunque la visión más clásica sobre cómo debiera ser un canal cultural lo asocia con la difusión de la alta cultura y con el empleo de un tono académico, las visiones más contemporáneas sobre la televisión cultural destacan que el entretenimiento es una cualidad propia del formato televisivo y que una señal cultural exitosa no debería dejarlo de lado.

Como ya se dijo, un canal cultural debe tener vocación universal. Sin audiencias, una estación cultural pierde todo sentido y la entretención es fundamental para llegar al público.

La TV cultural debe ser independiente de los gobiernos y de poderes económicos

Un requisito que aparece reiteradamente en los autores y textos sobre televisión cultural es la necesidad de independencia, tanto del poder económico como de los gobiernos de turno. En la práctica, esto normalmente se logra con canales que son financiados con recursos fiscales de modo de sacar a las estaciones televisivas culturales del mercado; al mismo tiempo que se les dota de un gobierno corporativo que garantice autonomía respecto de los gobiernos de turno, en particular del poder ejecutivo, para evitar que una señal estatal se convierta en diseminador de propaganda favorable a la coalición política gobernante. Sobre la publicidad, se intenta que su participación en el financiamiento sea limitada o nula.

La TV cultural debe funcionar con altos estándares éticos y técnicos

En cuanto a los estándares éticos, la televisión cultural debería seguir las mejores prácticas de la industria en cuanto a imparcialidad, tolerancia, pluralismo, respeto a la dignidad y derechos de las personas, entre otros temas relevantes para la difusión televisiva.

Respecto de la calidad, la televisión cultural debiera entregar una buena proporción de contenidos de producción original, corriendo riesgos creativos que las estaciones orientadas al mercado no siempre pueden tomar. El ideal de un canal cultural es que se distinga por la calidad de su programación y por un sello distintivo de hacer las cosas.

Por otro lado, la calidad pasa también por aprovechar el formato al máximo. La televisión cultural no debiera ser solamente una herramienta de difusión de contenidos científicos, educativos o musicales provenientes de otras fuentes, sino que debiese aprovechar las potencialidades del formato televisivo para ser creadora de contenidos propios: de ese modo sacarle partido al lenguaje audiovisual.

En algunos casos esto puede significar la apertura de espacios para la producción de contenidos por parte de las mismas audiencias interesadas en esa labor.

Los canales culturales suelen ser multiplataforma (convergencia)

Hoy en día las señales que se presentan como culturales usan distintas plataformas, de manera coordinada, para difundir sus contenidos. La señal televisiva es complementada con un sitio web, donde se encuentran contenidos especialmente elaborados para ese formato, además de la señal online o episodios anteriores de los programas.

En algunas ocasiones los canales culturales cuentan también con radios asociadas.

ANEXO 1: Experiencias de TV Cultural en Latinoamérica

Argentina

Situación general

La adopción de la televisión digital, con un gran impulso del Estado, hizo posible la creación de numerosos canales, entre ellos algunos que se definen como culturales. La implementación ha comparativamente exitosa: más de 80% de la población está cubierta. Por otro lado, la televisión por cable también tiene una gran penetración en Argentina y limita el interés de la población por las señales digitales nuevas.

Una solución para este problema ha sido la exigencia a los operadores de cable de transmitir los canales culturales sin costo adicional para sus suscriptores.

Encuentro

Propietario	Ministerio de Educación
Administración	-
Financiamiento	Fiscal
Cobertura	Nacional. Canal de cable e internet.
Tipo de contenidos	Contenidos pedagógicos Documentales Entrevistas culturales
Inicio de transmisiones	2007

Encuentro es una señal que pertenece al Ministerio de Educación. Fue creada en el año 2005 y comenzó a transmitir en 2007. Cuenta con una excelente reputación por la calidad de sus contenidos, que son de carácter fundamentalmente documental y pedagógico. Se transmiten también ciclos de entrevistas culturales.

El canal tiene disponibles sus contenidos en la web y mediante esta plataforma propone actividades educativas para la sala de clases. El canal está orientado de manera prioritaria a la educación, sin vocación masiva.

Paka Paka

Propietario Ministerio de Educación

Administración -

Financiamiento Fiscal

Cobertura Nacional. Canal de cable e internet.

Tipo de contenidos Contenidos infantiles
Contenidos pedagógicos

Inicio de transmisiones 2010

El canal Paka Paka nació de la franja infantil de Encuentro y es una señal orientada a los niños y niñas, además de los educadores que se interesen por reforzar áreas del currículo nacional.

Su foco principal es educar y entretener, con especial énfasis en el respeto a la Convención de los Derechos del Niño. A modo de ejemplo, el canal no emite ningún tipo de publicidad comercial.

Paka Paka también tiene un sitio web desde donde se puede ver y descargar la programación, además de acceder a juegos didácticos.

DeporTV

Propietario Ministerio de Educación

Administración -

Financiamiento Fiscal

Cobertura Nacional. Canal de cable e internet.

Tipo de contenidos Eventos deportivos de interés nacional

Inicio de transmisiones 2010

DeporTV es un canal deportivo que se define a sí mismo como cultural. Esto en el entendido de que el deporte es una instancia de promoción de valores positivos para la sociedad, que genera sentimientos de identidad y que para muchos sectores es el principal acceso a la cultura y la entretención.

El canal se propuso democratizar aún más el acceso al deporte y destacar los éxitos que las políticas públicas deportivas logran en el país.

INCAA TV

Propietario	Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales
Administración	-
Financiamiento	Fiscal
Cobertura	Nacional.
Tipo de contenidos	Cine independiente argentino. Cine latinoamericano y mundial.

Inicio de transmisiones 2011

ICAATV es un canal especializado en cine independiente argentino, género que se propone promover en el país. Adicionalmente el canal transmite películas destacadas de Latinoamérica y del mundo.

Bolivia

Situación general

La nueva legislación de TV promovida por el gobierno de Evo Morales pretende dividir de este modo las licencias, tanto de televisión como radio: 33,3% para privados con fines comerciales, 33,3% para organizaciones sociales y 33,3% para el Estado.

Actualmente dos señales bolivianas podrían identificarse como culturales

Canal 13 TVU

Propietario	Universidad Mayor de San Andrés
Administración	Estación autónoma, dependiente del Consejo Universitario de la UMSA. Consejo director formado por el rector, representantes de los empleados y alumnos.
Financiamiento	Fiscal
Cobertura	Local.
Tipo de contenidos	Extensión universitaria. Difusión de las actividades e investigaciones de la universidad.

Inicio de transmisiones 1980

Canal 13 de TV en La Paz es la estación de la Universidad Estatal de San Andrés, de corto alcance en cobertura y con programación preferentemente educativa. Es una estación limitada en su equipamiento tecnológico. Por mucho tiempo ha existido el deseo -no logrado- de formar una Red Nacional Universitaria que interconectaría a estaciones de once universidades del país.

Colombia

Situación general

Hay un sistema público de medios de comunicación, a cargo de la Radio Televisión Nacional de Colombia, dependiente del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, y también a cargo de la Comisión Nacional de Televisión. La RCTV maneja las señales públicas estatales de nivel nacional y la CNTV las señales regionales y locales. La CNTV es, además, el organismo regulador del sistema.

Señal Colombia

Propietario Radio Televisión Nacional de Colombia

Administración

Financiamiento

Cobertura Nacional

Tipo de contenidos Programas culturales y educativos
Programación infantil
Cine

Inicio de transmisiones 1970

Señal Colombia es un canal cultural creado en 1970 y que ofrece programación cultural y de grandes eventos de interés general, incluyendo los deportes. Se propone “reforzar la identidad cultural y la memoria de Colombia, ver y oír múltiples rostros, voces, temas y puntos de vista, promover el talento nacional y la participación de los ciudadanos en la creación audiovisual, crear una estética propia a través de la experimentación y el dominio de la técnica televisiva”, entre otras declaraciones de propósito.

Institucional

Propietario Radio Televisión Nacional de Colombia

Administración	-
Financiamiento	Recursos fiscales
Cobertura	Nacional (93% del territorio)
Tipo de contenidos	Programas de entidades públicas Programas de entretenimiento Noticieros

Inicio de transmisiones

Institucional es un canal que se propone “promover la cultura colombiana, sus valores y su identidad en toda su diversidad; ser objetivo en la representación en pantalla de la realidad cultural, social y económica del país”. También declara inspirarse en valores como la participación democrática y la “pedagogía” de las audiencias.

México

Situación general

México tiene un amplio sistema de TV pública de orientación cultural, ubicadas en 23 de las 32 entidades federativas. Además de los ejemplos que se citan en este documento, hay un caso de televisión educativa de larga data: Telesecundaria. Creado en 1968, es un canal dedicado a transmitir educación secundaria en zonas de difícil acceso del territorio.

Once TV México

Propietario	Instituto Politécnico Nacional
Administración	-
Financiamiento	-
Cobertura	Valle de México, señal abierta (28% del territorio)
Tipo de contenidos	Cultural
Inicio de transmisiones	1959

Canal 11 es el primer canal educativo y cultural de Latinoamérica, además de la primera estación televisiva dependiente de una universidad en el continente. Su primera transmisión fue una clase de matemática por parte de un profesor.

Canal 11 es uno de los canales culturales con más reconocimientos a nivel mundial. Entre ellos, la señal ha ganado dos veces el premio que entrega la UNESCO al mejor canal de televisión del mundo, en los años 2002 y 2005.

Canal 30

Propietario	Organismo Promotor de Medios Audiovisuales (OPMA)
Administración	OPMA
Financiamiento	Recursos fiscales
Cobertura	Nacional
Tipo de contenidos	Cultural
Inicio de transmisiones	2010

Uruguay

Situación general

En 2001 se creó la Unidad Reguladora de Servicios de Comunicaciones, dependiente del poder ejecutivo. La concesión de frecuencias y la aplicación de las leyes son de su exclusiva competencia.

CANAL 5 TNU

Propietario	Ministerio de Educación y Cultura.
Administración	Unidad independiente, perteneciente al ministerio.
Financiamiento	Fiscal
Cobertura	Nacional, abierto gracias a 30 repetidoras.
Tipo de contenidos	Contenidos educativos Entretenimiento
Inicio de transmisiones	1963

Canal 5 o Televisión Nacional de Uruguay se propone hacer televisión conectada con la identidad cultural uruguaya, ofreciendo tanto entretenimiento como información de calidad. El canal destaca también su libertad para tratar temas.

El canal recibió inicialmente un pequeño aporte publicitario para el financiamiento de una programación cultural con películas clásicas antiguas. La oposición de la Asociación Nacional de

Radiodifusores (ANDEBU) se impuso para eliminar ese aporte publicitario, con lo cual el canal entró en gran precariedad.

Venezuela

Venezuela organiza sus medios públicos en el Sistema Bolivariano de Comunicación e Información, dependiente del Ministerio del Poder Popular para la Comunicación e Información.

TeleSUR

Propietario	UNASUR y CELAC
Administración	Consejo Consultivo formado por intelectuales como Eduardo Galeano, Adolfo Pérez Esquivel y Richard Stallman
Financiamiento	Fiscal, de los gobiernos de Cuba, Argentina, Ecuador, Nicaragua, Uruguay, Bolivia y la misma Venezuela.
Cobertura	Nacional, señal abierta.
Tipo de contenidos	Informativo y cultural
Inicio de transmisiones	2005

ViveTV

Propietario	Corporación Venezolana de Televisión
Administración	
Financiamiento	Fiscal
Cobertura	Nacional, señal abierta.
Tipo de contenidos	Cultural y educativo.
Inicio de transmisiones	2003

ANEXO 2: Otros modelos de televisión cultural

Aunque en Latinoamérica la mayor parte de las señales culturales han sido creadas por el Estado (o por universidades estatales), existen casos destacados alrededor del mundo de señales privadas sin fines de lucro o derechamente con orientación comercial.

A continuación se presentan algunos casos paradigmáticos de televisión cultural de distintos lugares del mundo.

BBC

Propietario	Gobierno del Reino Unido. Creado mediante Carta Real.
Administración	Consejo de gobernadores (12), nombrados por la Reina. Determinan objetivos, aprueban la estrategia y representan el interés público. Consejo ejecutivo (9): propone estrategia y objetivos.
Financiamiento	Impuesto específico a todos los propietarios de televisores, fijado anualmente por el Gobierno con acuerdo del Parlamento.
Cobertura	Mundial.
Tipo de contenidos	Noticieros Documentales Películas Programas de entretenimiento
Inicio de transmisiones	1922

La BBC declara como su propósito fundamental “enriquecer la vida de la gente con grandes programas y servicios que informen, eduquen y entretengan” y se propone también ser “la organización más creativa y más confiable del mundo”.

La BBC se ha desarrollado hasta convertirse en una empresa internacional, que controla varios canales de televisión, señales de radio, sitios web y bandas de música. Los distintos canales están especializados en audiencias de diverso tipo: hay canales de noticias, canales con contenidos internacionales y, de manera más llamativa, un canal dedicado a transmitir en escocés gaélico.

RAI

Propietario	Sociedad por acciones, de propiedad del Ministerio de Economía y Finanzas.
Administración	Consejo administrativo de 9 miembros. 7 de ellos son nombrados por el Parlamento, el resto por el Ministerio de Economía y Finanzas.
Financiamiento	Impuesto a todos los televisores Venta de publicidad
Cobertura	Internacional
Tipo de contenidos	Documentales Programas de concursos Películas Noticieros
Inicio de transmisiones	1954

La RAI actualmente controla 15 canales de televisión y 7 radios. Cada señal está relativamente especializada en algún tipo de contenidos: RAI 1, 2 y 3 son canales generalistas, con contenidos misceláneos. Al mismo tiempo, la empresa estatal tiene señales como RAI 4, especializada en películas y documentales; RAI News 24, un canal de noticias al estilo CNN; RAI Scuola, una señal educativa; RAI Sport 1 y 2, que transmite solamente deportes; y RAI Gulp, que atiende a audiencias infantiles y adolescentes.

RAI se financia en parte por el impuesto a los televisores y en parte por la venta de publicidad en algunas de sus señales.

Discovery Channel

Propietario	Discovery Communications, Inc.
Administración	La empresa se transa en la bolsa y los accionistas nombran un gerente general. El gerente general controla la empresa y nombra a su director.
Financiamiento	Suscripciones de cable.
Cobertura	Internacional.
Tipo de contenidos	Documentales de ciencia popular, ciencias naturales, historia y tecnología. Docurealities

Inicio de transmisiones 1985

Discovery Channel es el segundo canal de cable más distribuido de Estados Unidos. Se especializa en la transmisión de documentales sobre ciencias naturales, historia, avances tecnológicos, ingeniería y obras civiles, entre otros.

Desde el año 2000 en adelante los contenidos del canal han mostrado una nueva orientación hacia los reality shows dedicados a mostrar aficiones y ocupaciones llamativas, como la mecánica, el motociclismo.

Uno de los programas más exitosos nacidos de esta nueva orientación es Cazadores de Mitos, en que dos protagonistas someten a experimentos creencias difundidas de sentido común.

National Geographic

Propietario	Fox Cable Networks National Geographic Society
Administración	-
Financiamiento	Suscripciones de cable.
Cobertura	Internacional.
Tipo de contenidos	Documentales de historia, tecnología, ciencias naturales e historia.
Inicio de transmisiones	1997

National Geographic es otro ejemplo de canal de cable que transmite documentales culturales. Aunque el canal es comercial, un porcentaje de la propiedad es de la National Geographic Society, una entidad sin fines de lucro.

Referencias

Arroyo, L.; Becerra, M.; García, Á. y Óscar Santamaría (2012). *Cajas mágicas: el renacimiento de la televisión pública de Latinoamérica*. Ed. Tecnos. Madrid. España.

Becerra, M. (2013). La televisión pública en América Latina. Disponible en: <http://martinbecerra.wordpress.com/2013/04/01/la-television-publica-en-america-latina/>

Fuenzalida, V. (2012). Situación de la televisión pública en Latinoamérica. En *Revista Diálogos*.

Martín-Barbero, J. (2000) *Televisión pública, televisión cultural: entre la renovación y la invención*.

Mastrini, G. (2012). La transición de la TV digital en Argentina.

Ministerio de Cultura de Colombia (2008). *Manual de televisión cultural*.

Mubi, A. (2010) The publicness of the public space. En *Quaderno 49*. Dipartimento de Sociologia e Ricerca Sociale, Università degli Studi di Trento. Italia.

Habermas, J. (1982) *Historia y crítica de la opinión pública*. Ed. Gustavo Gili, Barcelona.

Pérez Tornero, J.; Vilches, L. (2010). *Libro blanco sobre la televisión educativa y cultural en Iberoamérica*. Gedisa Editorial. Barcelona, España.

Rincón, O. (2013). *Zapping TV. El paisaje de la tele latina*. Ed. FES. Bogotá. Colombia.

Toussant, F. (2007). La televisión cultural mexicana. Disponible en: <http://flowtv.org/2007/04/la-television-cultural-mexicana/>

Sitios web consultados

Observatorio da Radiodifusão Pública na América Latina

<http://es.observatorioradiodifusao.net.br/>

Observacom. Observatorio Latinoamericano de Regulación, Medios y Convergencia

[http:// observacom.org/](http://observacom.org/)