

TV EDUCATIVA Y CULTURAL TODO ESPECTADOR

Departamento de Estudios y Relaciones Internacionales
2018

INTRODUCCIÓN

Esta presentación contiene una sistematización de la televisión cultural y educativa para todo espectador. No describe los conceptos de la televisión para niños, niños y adolescentes de estas características, puesto que éste es un tema de debate y análisis específico tanto a nivel nacional como internacional.

Para ello se hace mención a la televisión pública, puesto que sus orientaciones editoriales, valores y objetivos muchas veces coinciden los de las televisoras culturales y educativas. También se mencionan aspectos de la discusión sobre televisión de calidad ya sus estándares se repiten en esta última oferta, además de algunos datos de opinión, de oferta y de consumo en Chile.

La Declaración Universal de DDHH (1948) y la declaración Universal sobre Diversidad Cultural (UNESCO 2002), hacen mención a los Derechos Culturales como una forma de participación social en un amplio sentido: de la vida cultural, del progreso científico, de las artes, y la información; promoviendo a la vez, la libre expresión de las personas.

En muchos aspectos, la TV cultural y educativa, evidencia este mismo propósito.

¿QUÉ ES CULTURA?

Sustrato cultural

- Modos de ser de una sociedad
- Visiones sobre pasado, presente y futuro
- Sentidos comunes
- Identidad nacional
- Diversidad Cultural

Aparato cultural

Manifestaciones y expresiones tales como:

- Patrimonio
- Creación artística y Difusión
- Comunicaciones
- Industrias culturales

ANTECEDENTES

- El CNCA (2018) sostiene lo siguiente:
- En el paradigma tradicional de cultura como “bellas artes”, el principal desafío es aumentar el acceso de las personas a las obras y a la cultura. Se distingue entre el creador y su audiencia.
- En el modelo de cultura como “modos de vida”, se asume que todas las culturas son valiosas y todas las personas pueden participar de la creación y la expresión de sus visiones de mundo.



LA TELEVISIÓN

- TV es preponderante en la formación de ciudadanía.
- Medio principal de información, entretención y educación.
- Difunde el conocimiento cívico, social y estético.
- Fomenta valores
- Activo agente de integración y reconocimiento identitario.
- Representaciones televisivas ayudan en la construcción del conocimiento socialmente compartido.

La TV Educativa y Cultural en el Mundo

MODELOS

- PÚBLICO
- ESTATAL
- PRIVADO
- MIXTO

Gran referente, la Televisión Pública de los años '50, BBC con financiamiento público

Otros modelos

- Audiencias masivas y segmentadas
- TV Abierta y de Pago

Ejemplos

- México, Canal Once (1959), dos veces premio UNESCO (2002 y 2005). Propiedad del Instituto Politécnico Nacional
- Argentina, canal 'Encuentro' (2007). Financiamiento estatal
- Brasil, TV Cultura (1996) Fundación Padre Anchieta
- Bloques educativos en Televisiones Públicas
- TVE Porto Alegre, Brasil (1974) Financiamiento mixto.
- Canales culturales y educativos de pago (Discovery; NatGeo; History Channel; ARTV en Chile)

CARACTERÍSTICAS DE LA PROGRAMACIÓN

Educación de Adultos

- Información (noticiosa; Salud; Trabajo; Medioambiente)
- Cultura
- Entretención
- Educación Continua (escolar, técnico profesional)
- Educación Cívica
- Contenidos que trascienden (vs. Desechables)

Con la TDT

- Teleeducación;
- Telemedicina;
- Públicos más activos

Con los Nuevos Medios

- Públicos más Activos
- Espacios de Identificación
- Espacios de Cooperación

Definiciones, Objetivos y Características

DEFINICIONES

- Función de Desarrollo Social
- Contribuir a la educación de las audiencias
- Brindar servicios sociales
- Complejizar la programación

Estas funciones coinciden con las funciones descritas sobre calidad televisiva

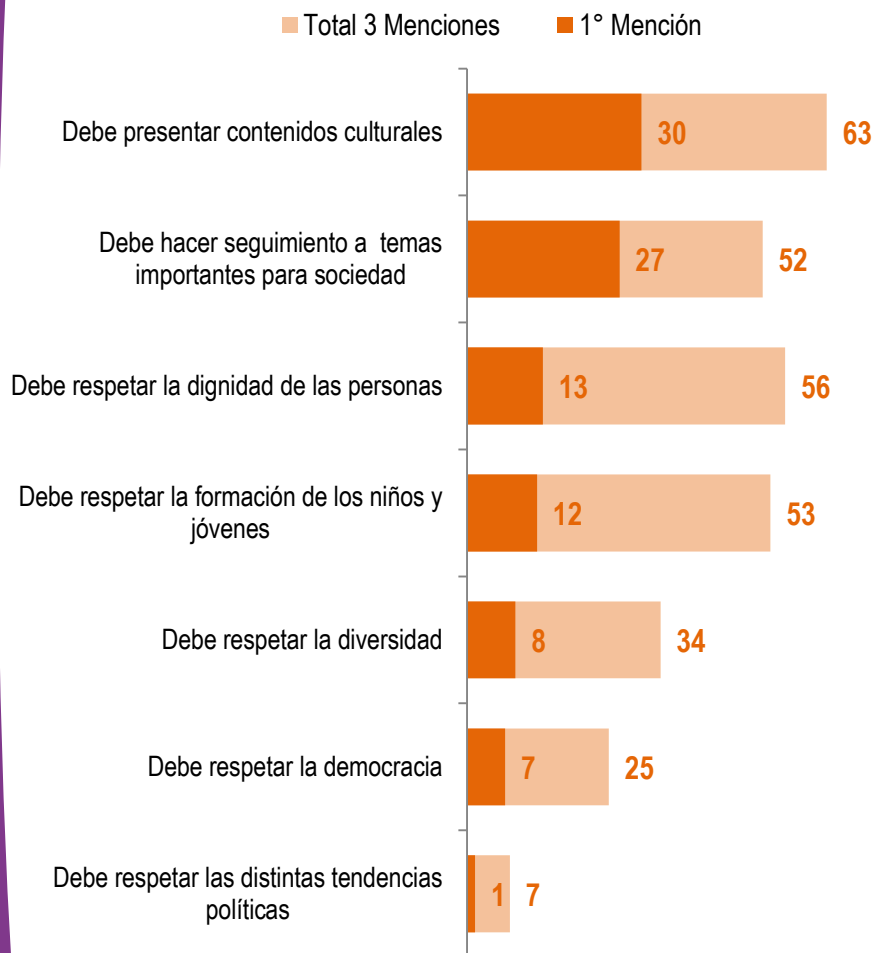
TDT

- Promover la integración digital

Opinión y Demandas de las Audiencias

CONSIDERANDO LA PROGRAMACIÓN TELEVISIVA, DE LAS SIGUIENTES FRASES ELIJA TRES QUE CONSIDERE LAS MÁS IMPORTANTES.

Muestra: 5424 casos



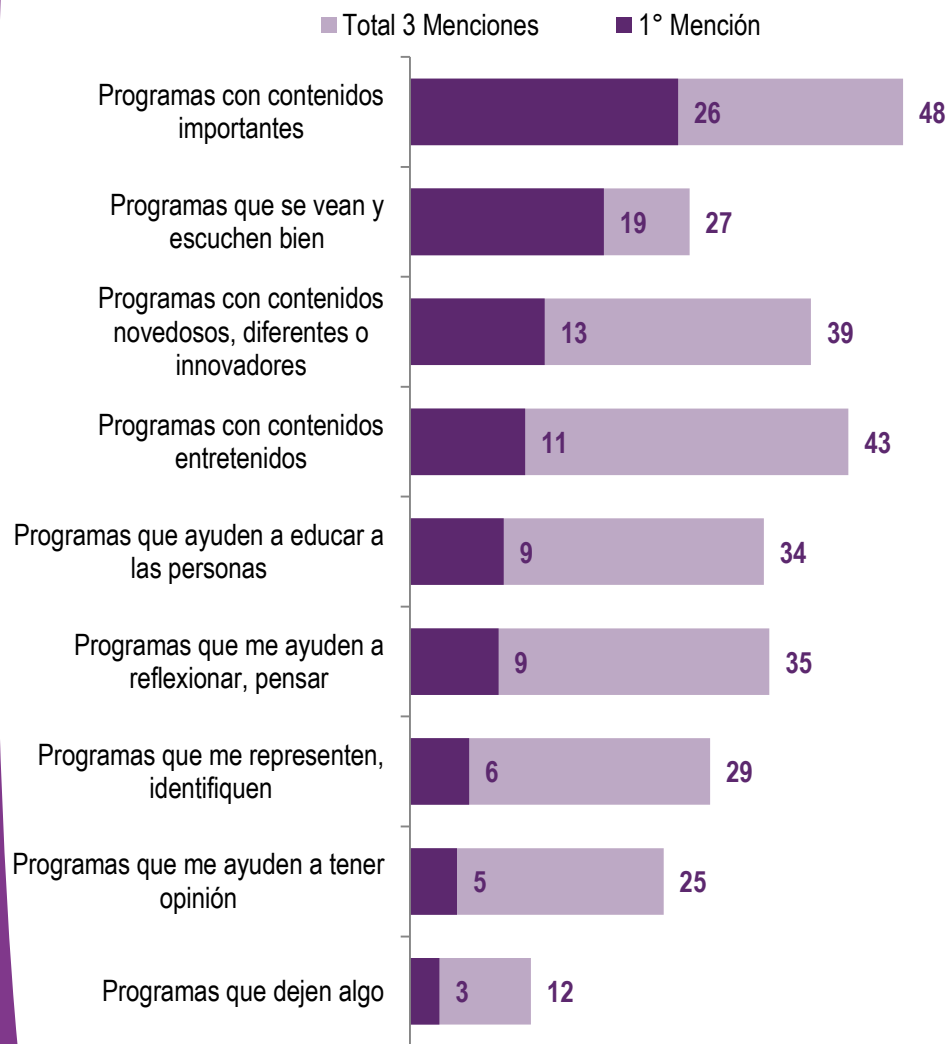
En la IX Encuesta Nacional de TV, se le pidió a la gente que ordenara jerárquicamente afirmaciones sobre la televisión.

Los resultados revelan que en primer lugar de importancia, la audiencia espera que la TV emita contenidos culturales.

Esto refleja que existe una demanda por TV de calidad en el público

SEGÚN SU OPINIÓN, ¿CUÁLES DE LAS SIGUIENTES FRASES REPRESENTA MEJOR LO QUE ES UN PROGRAMA DE CALIDAD EN LA TELEVISIÓN? POR FAVOR, ELIJA LAS TRES FRASES QUE MEJOR LO REPRESENTEN

Muestra: 5424 casos



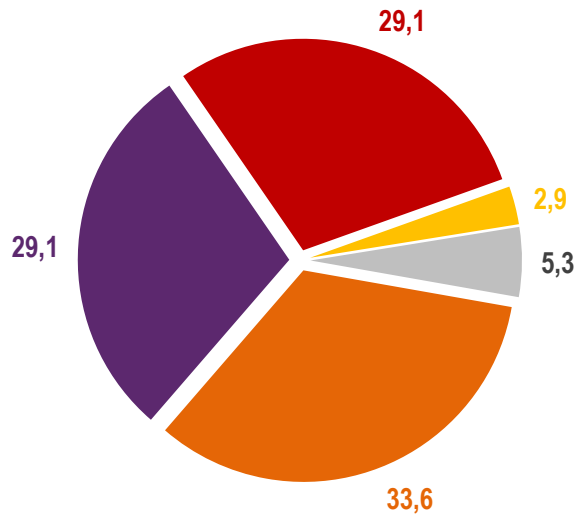
Cuando se pregunta por el significado de “**televisión de calidad**”, se señala en primer lugar que se trata de programas con contenidos importantes.

En segundo lugar se alude a la **calidad técnica de la transmisión**: que se vean y escuchen bien.

En tercer lugar, **programas novedosos e innovadores**.

HOY EN DÍA LOS CANALES DE TV ABIERTA DEBE EMITIR 4 HORAS DE PROGRAMACIÓN CULTURAL A LA SEMANA Y NO SÓLO UNA COMO ERA ANTERIORMENTE. FRENTE A ESTO, ¿CON CUÁL DE ESTAS AFIRMACIONES ESTA MÁS DE ACUERDO?

Muestra: 5.424 casos



- Hoy en día hay más de 1 hora de programación cultural en la TV abierta
- La emisión de programación cultural en TV abierta sigue igual que antes
- Hoy en día hay menos horas de programación cultural en la TV abierta
- No ve TV abierta
- NS/NR

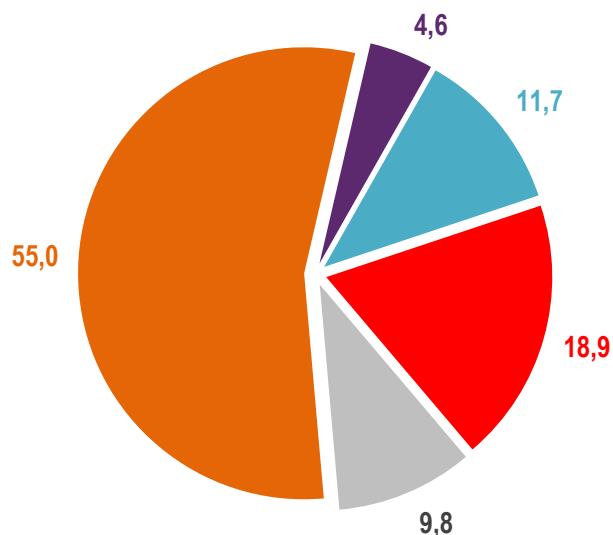
Sobre la percepción de la cantidad de TV cultural disponible, las opiniones están mezcladas.

Un tercio de la audiencia - 33,6%- percibe que hoy hay más horas culturales en TV abierta.

Otro tercio piensa que sigue igual que antes -29,1%- y un tercio más crítico cree que hay menos -29,1%-.

SI SE PROPUSIERA LA CREACIÓN DE UN NUEVO CANAL DE TELEVISIÓN ABIERTA, DISTINTO DE LA OFERTA EXISTENTE CON PROGRAMACIÓN PREFERENTEMENTE CULTURAL Y/O INFANTIL, ¿CÓMO DEBERÍA FINANCIARSE?

Muestra: 5424 casos



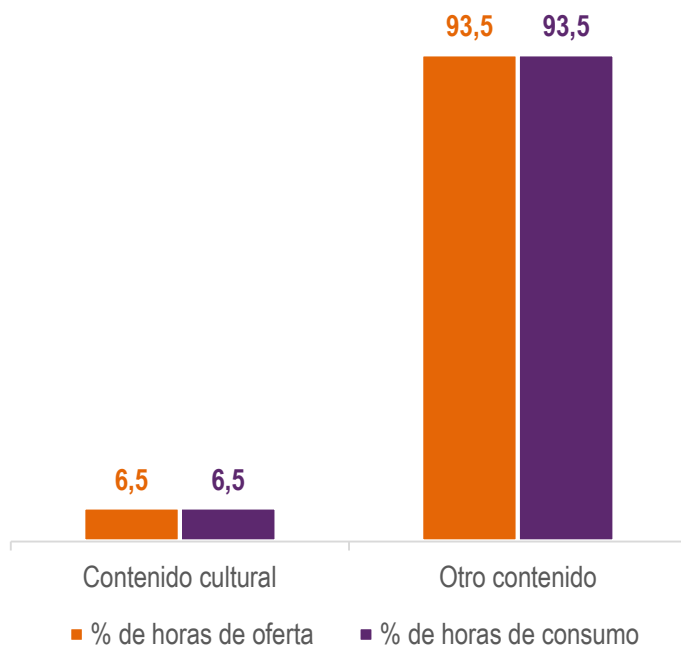
- Con dinero del Estado
- Con una pequeña cuota que paguen todos los chilenos directamente al nuevo canal
- Ambas formas de financiamiento en conjunto
- No debiera crearse un nuevo canal de TV abierta
- No sabe, no responde

Más de la mitad -55%- piensa que, de crearse un canal cultural y/o infantil, debiese financiarse con cargo al Estado.

Porcentajes menores sostienen que se debiese financiar con aporte directo de los televidentes -4,6%- o con un esquema mixto entre los dos mencionados -11,7%-.

Datos de consumo de TV cultural

OFERTA Y CONSUMO DE TV CULTURAL (2017)



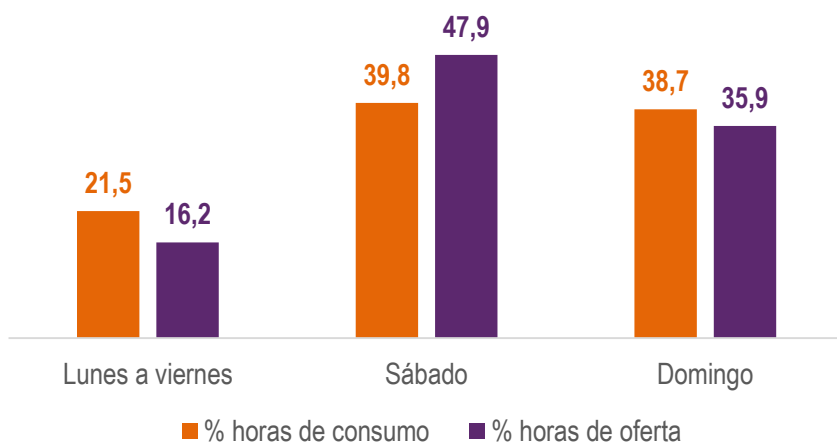
Durante el año pasado un 6% de la oferta televisiva fue clasificada como “cultural”.

Respecto a su rendimiento, la proporción de oferta y la proporción de horas de consumo es igual.

La TV cultural **no se ve menos que otro tipo de programación.**

OFERTA Y CONSUMO DE TV CULTURAL (2017)

POR DÍA DE LA SEMANA



Según día de la semana, la oferta de televisión cultural muestra un rendimiento levemente más alto los días domingo.

Entre lunes y viernes hay más consumo que oferta de TV cultural.

Reflexiones Finales

- La televisión es importante para la ciudadanía, es particular existe una demanda por más cultura y educación.
- Los modelos de financiamiento de televisión cultural son variados, primando el financiamiento estatal y público.
- Estos canales -culturales y educativos- suelen ser canales de nicho, a diferencia de los canales públicos que suelen cubrir las mismas necesidades.
- La televisión digital podría lograr un incremento en las audiencias de estos canales, en la medida que se utilicen las nuevas herramientas técnicas de interactividad con los públicos.
- Sin embargo, la viabilidad de los canales educativos y culturales digitales estará condicionada a encontrar un modelo nuevo de financiamiento en este escenario emergente.

BIBLIOGRAFÍA

- CNCA (2017). Encuesta Nacional de Participación Cultural.
- CNTV (2012) “Calidad de la Televisión: Instituciones y procesos”.
- CNTV (2014) “Televisión Cultural, diagnósticos y definiciones”.
- CNTV (2016) “Consideraciones en torno a la televisión Cultural”.
- CNTV (2017) “IX Encuesta Nacional de Televisión”.
- CNTV (2018) “Anuario de Oferta y Consumo 2017”.
- Seminario TV Pública, Cultural, Educativa. SECOM (2015)



Departamento de Estudios y Relaciones Internacionales
2018