

Universidad de Huelva

Departamento de Educación



Televisión infantil, pública y de calidad en Chile hoy : el programa Novasur

Memoria para optar al grado de doctora
presentada por:

Andrea Beatriz Villarrubia Martínez

Fecha de lectura: 28 de octubre de 2020

Bajo la dirección de los doctores:

Ignacio Aguaded

Águeda Delgado Ponce

Huelva, 2020



Televisión infantil, pública y de calidad en Chile hoy

Programa Novasur

Tesis Doctoral
Andrea Beatriz Villarrubia-Martínez

Directores: Dr. Ignacio Aguaded
Dra. Águeda Delgado-Ponce



Doctorado Interuniversitario en Comunicación
Departamento de Educación, Universidad de Huelva
Huelva, 2020



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA



Televisión infantil, pública y de calidad en Chile hoy: El Programa Novasur

Tesis Doctoral

Andrea-Beatriz Villarrubia-Martínez

Directores

Dr. Ignacio Aguaded

Dra. Águeda Delgado-Ponce



Doctorado Interuniversitario en Comunicación
Departamento de Educación
Universidad de Huelva

Huelva, 2020

Televisión infantil, pública y de calidad en Chile hoy: El Programa Novasur

Doctoranda: Andrea-Beatriz Villarrubia-Martínez ORCID (<https://orcid.org/0000-0002-2409-2224>)

Director: Dr. Ignacio Aguaded ORCID (<https://orcid.org/0000-0002-0229-1118>)

Codirectora: Dra. Águeda Delgado-Ponce ORCID (<https://orcid.org/0000-0003-3261-2434>)

Doctorado Interuniversitario en Comunicación. Línea Educomunicación y Alfabetización Mediática

Universidad de Huelva, 2020

ÍNDICE

ÍNDICE	3
PRELIMINARES	VII
AGRADECIMIENTOS.....	9
RESUMEN	11
ABSTRACT.....	13
INTRODUCCIÓN.....	15
I. MARCO TEÓRICO	23
1.1. INFANCIA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN DESDE EL ENFOQUE DE DERECHOS	23
1.1.1. <i>Evolución de los marcos legales sobre los derechos de los niños</i>	24
1.1.2. <i>Enfoque de derechos, medios y nuevos medios</i>	30
1.1.3. <i>Situación de las infancias en Chile desde el enfoque de Derechos</i>	34
1.1.3.1. <i>Mirada a la demografía y a los índices de Bienestar</i>	36
1.1.3.2. <i>Avances legales y pendientes</i>	39
1.1.3.3. <i>Los temas de los niños y niñas según ellos mismos</i>	43
1.2. CRISIS Y OPORTUNIDADES EN LA TRANSICIÓN A LA TV DIGITAL Y LA MULTIPANTALLA.....	46
1.2.1. <i>Principios que orientan a la TV pública en el escenario digital</i>	48
1.2.2. <i>Panorama latinoamericano en la transición a la TV Digital</i>	56
1.2.2.1. <i>Mecanismos de fomento a la producción audiovisual televisiva</i>	58
1.2.2.2. <i>La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual de Argentina</i>	63
1.2.2.3. <i>La Ley de introducción de la televisión digital terrestre en Chile</i>	72
1.2.3. <i>Definiciones en el escenario multipantalla</i>	75
1.2.4. <i>De la televisión tradicional a las plataformas</i>	80
1.2.5. <i>Educomunicación para la ciudadanía mediática</i>	85
1.3. LA CALIDAD DE LA TELEVISIÓN INFANTIL.....	93
1.3.1. <i>Los estándares de calidad internacionales</i>	95
1.3.2. <i>Criterios de calidad y regulación en el contexto chileno</i>	98
1.3.3. <i>La diversidad como una dimensión de la calidad</i>	101
1.3.4. <i>La representación de la infancia como criterio de calidad</i>	106
1.3.5. <i>Los festivales audiovisuales como referentes de calidad</i>	109

1.4. EXPERIENCIAS IBEROAMERICANAS DE TELEVISIÓN PÚBLICA.....	115
1.4.1. <i>Tendencias mundiales en programación infantil</i>	116
1.4.2. <i>Programación infantil en RTVE en el contexto digital y multipantallas</i>	118
1.4.3. <i>Televisiones autonómicas españolas</i>	123
1.4.4. <i>La TV pública en Portugal</i>	125
1.4.5. <i>TV Infantil en México, la decana de la región</i>	127
1.4.6. <i>La singular experiencia de TV infantil pública en Colombia</i>	129
1.4.7. <i>La experiencia argentina de un canal infantil educativo y público</i>	131
1.4.8. <i>El sistema de televisión pública digital en Brasil</i>	137
1.4.9. <i>Franja infantil en TV Perú</i>	146
1.4.10. <i>Televisión infantil en Ecuador</i>	149
1.4.11. <i>Televisión infantil en Venezuela</i>	151
1.4.12. <i>Otras ofertas de TV infantil pública en Latinoamérica</i>	155
1.5. TELEVISIÓN EN CHILE.....	158
1.5.1. <i>Del modelo universitario a la TV comercial</i>	158
1.5.2. <i>TVN el canal de todos y el contexto digital</i>	161
1.5.3. <i>El regreso de la franja infantil de TVN</i>	168
1.5.4. <i>Panorama actual de la oferta y consumo audiovisual infantil</i>	170

II. NOVASUR, TELEVISIÓN INFANTIL Y EDUCATIVA 185

2.1. NOVASUR COMO TELEVISIÓN ESCOLAR 2000-2009	185
2.1.1. <i>Materiales educativos: las guías pedagógicas</i>	189
2.2. NOVASUR COMO ÚNICA OFERTA PÚBLICA DE TELEVISIÓN INFANTIL.....	191
2.3. EDUCACIÓN EN MEDIOS AUDIOVISUALES, EMA.....	197

III. MARCO METODOLÓGICO 201

3.1. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	201
3.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	204
<i>Objetivo General</i>	204
<i>Objetivos Específicos</i>	204
3.3. DISEÑO DE LA METODOLOGÍA INVESTIGATIVA	204
3.3.1. <i>Naturaleza de la Investigación</i>	204
3.3.2. <i>Fases de la investigación</i>	205
3.3.3. <i>Métodos y técnicas</i>	206
3.4. MUESTRAS Y PARTICIPANTES	208
3.5. PROCESOS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOGIDA DE DATOS.....	212
3.5.1. <i>Análisis de contenido programas de la web de Novasur</i>	212
3.5.2. <i>Instrumento de análisis de contenido cualitativo</i>	215
3.5.3. <i>Cuestiones de la entrevista</i>	219

IV. RESULTADOS.....223

4.1. DESCRIPCIÓN DE LA PLATAFORMA NOVASUR.....	223
4.2. CARACTERIZACIÓN OFERTA DE CONTENIDOS EN LA PLATAFORMA NOVASUR.....	229
4.2.1. <i>Contenidos según procedencia nacional y extranjera</i>	229
4.2.2. <i>Programas según tipo de adquisición</i>	231
4.2.3. <i>Personajes protagónicos y diversidad territorial</i>	239
4.2.4. <i>Contenidos curriculares y no curriculares</i>	246
4.2.5. <i>Diversidad temática de los contenidos nacionales</i>	251
4.2.6. <i>Programas según género, subgénero y técnica</i>	252
4.2.7. <i>De Novasur a CNTV Infantil. Comparación de la oferta web 2017-2019</i>	256
4.3. ANÁLISIS CUALITATIVO DE CONTENIDOS NOVASUR.....	260
4.3.1. <i>Análisis Crítico de Programas de Producción Propia</i>	262

4.3.2. <i>Análisis Crítico Programas Financiados Fondo CNTV</i>	279
4.3.3. <i>Análisis Crítico Programas Coproducción Nacional</i>	290
4.3.4. <i>Análisis Crítico Programas Coproducción Regional</i>	299
4.4. ANÁLISIS DE ENTREVISTAS.....	319
4.4.1. <i>Análisis general entrevistas, según entrevistados</i>	322
4.4.2. <i>Análisis de entrevistas según Eje Gobierno, Industria y Derechos</i>	333
4.4.2.1. Rol del Gobierno: injerencia y publicidad oficial	334
4.4.2.2. Rol del Gobierno: Regulación, Autorregulación y Defensorías	339
4.4.2.3. Marcos Legales, la LSCA.....	346
4.4.3. <i>Análisis entrevistas según Eje Gobierno, Industria y Convergencia</i>	355
4.4.3.1. Televisión digital.....	355
4.4.3.2. Conectividad.....	360
4.4.4. <i>Análisis entrevistas según Eje Gobierno, Industria y Calidad</i>	361
4.4.4.1. Gestión de la TV Pública.....	362
4.4.4.2. Financiamiento de señales públicas	371
4.4.4.3. Mecanismos de fomento al sector	375
4.4.4.3. Experiencias de TV Infantil pública.....	382
4.4.5. <i>Análisis de entrevistas según Eje Audiencias, Industria y Convergencia</i>	410
4.4.5.1. Nuevas formas de producción y consumo	410
4.4.5.2. Modelos de negocios en la convergencia	417
4.4.6. <i>Análisis de entrevistas según Eje Audiencias, Gobierno y Derechos</i>	424
4.4.6.1. Derechos de Niños y jóvenes.....	424
4.4.6.2. Derecho a la participación	425
4.4.6.3. Políticas públicas y Derechos Humanos	427
4.4.6.4. Derecho a la comunicación.....	432
4.4.6.5. Experiencias e investigación desde la educomunicación	436
4.4.7. <i>Análisis de entrevistas según Eje Audiencias, Industria y Calidad</i>	445
4.5. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	454
4.5.1. <i>Caracterización de contenidos de la Plataforma Novasur</i>	454
4.5.2. <i>Calidad de los programas</i>	457
4.5.3. <i>Perspectivas actuales y futuras del sector</i>	460

V. CONCLUSIONES.....467

5.1. IMPLICACIONES DEL ESTUDIO	473
5.2. LIMITACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN.....	477

REFERENCIAS 479

ANEXOS.....507

ÍNDICE DE TABLAS.....	509
ÍNDICE DE FIGURAS	511
GUÍA PEDAGÓGICA MAPA YA.....	513
GUÍA DE EDUCACIÓN EN MEDIOS AUDIOVISUALES 3-6 AÑOS.....	519
GUÍA DE EDUCACIÓN EN MEDIOS AUDIOVISUALES 3 A 6 AÑOS.....	521
GUÍA CHCC	523
FICHA EDUCATIVA	525

PRELIMINARES

*Se trata de aceptar la diversidad intrínseca del niño como garantía de todas las diversidades.
Francesco Tonucci, La ciudad de los niños*

Agradecimientos

*Agradezco con mucho cariño a las personas que me han acompañado en este camino:
A mis directores, el Dr. Ignacio Aguaded y la Dra. Águeda Delgado, que me han apoyado
en cada paso con paciencia y dedicación.
A los docentes de la Universidad Nacional de La Plata, el Dr. Leonardo González,
la Dra. Silvina Pauloni y el Dr. Sebastián Novomisky y al equipo de CEID TV
que me acogieron afectuosamente en Argentina.
Al Dr. Ismar Soares de Oliveira y la Dra. María Cristina Munglioli, de la Universidad de São Paulo,
por recibirme con tanta gentileza en mi estancia internacional.
A María Dolores Souza, Alejandra Philippi y Rosabel Roig por impulsarme a continuar
con mis estudios doctorales.
A los funcionarios del Departamento de Televisión Cultural y Educativa del CNTV,
encabezado por Soledad Suit.
A mis excolegas coordinadores de Novasur, por su dedicación al llevar la televisión infantil
a las escuelas más vulnerables y remotas de nuestro país.
A mis profesores: Sergio España, Victoria Uranga y Claudio Avendaño
que me acercaron a la educomunicación.
A cada uno de los entrevistados que compartieron su valioso tiempo.
A mis compañeros doctorandos por su buena energía y amistad.
Gracias Álvaro Villalón por el diseño de portada de esta tesis.
A Andrés Meza y Bernardita Araya por su ayuda en la transcripción de entrevistas.
A Tamara Smerling y Fernando Acuña por compartir sus libros.
A Jenny de la Rosa por mostrarme la ciudad de Sao Paulo, más allá de las postales.
A las amigas siempre presentes: Claudia Jorquera y Carolina Grez.
A Germán Covarrubias por su paciencia y tantos planes.
A la querida familia Meza-Villalón, gracias por las risas compartidas y la contención.
A Marcela Porto, doctoranda y colega periodista y a Natalia Muñoz, gracias por su generosidad.
Gracias a mi familia, Patricio, Emilia y Javier, que han aprendido a vivir algunas ausencias
y han acompañado las horas en el computador con un café, un abrazo o con un dibujo,
como el que ilustra la portada de esta tesis. A mi madre Lorenza porque es un apoyo incondicional.
A mi padre Manuel y mi abuela Dalmira, gracias por ser dos pilares en mi vida.
A mis tíos Julia y Chalo, mis primas Rocío y Coty, y a mi suegra Lili, gracias por sus oraciones y cariño.
A Lorena Pérez y Eliana Delgado por estar siempre presentes.
A mis tíos, primos y sobrinos de Reillo y Manresa que están lejos, pero cerca en los afectos.*

Resumen

Esta tesis doctoral abordó la televisión infantil y educativa Novasur, una iniciativa gestionada por el Consejo Nacional de Televisión, desarrollada entre el año 2000 y 2017. Hoy, bajo el nombre de CNTV infantil, produce contenidos que son distribuidos a todo el país por más de 50 canales de televisión y a través de su plataforma digital, que entrega contenidos mediante *streaming* y dispone de una videoteca con más de 2000 videos. Esta investigación consideró un aspecto poco estudiado: la oferta de Novasur en tanto televisión infantil pública. Estudiar la televisión hoy supuso considerar las complejidades propias del avance de la tecnología y cómo ella afecta diferentes ámbitos. En Chile, la implementación de la televisión digital ofrece incluir a nuevos actores, mejorar la calidad de las emisiones y otorgar, por primera vez, un espacio a una señal pública cultural, educativa e infantil. Por otro lado, la convergencia ya ha cambiado, quizás para siempre, la relación de las audiencias con los medios.

El objetivo de este estudio fue caracterizar la oferta de la plataforma digital Novasur respecto de su línea editorial, desde los estándares de calidad y el enfoque de derechos de la infancia en el contexto de implementación de la televisión digital y la convergencia. Para caracterizar los audiovisuales se utilizó una metodología cualitativa con un *mix* de técnicas: un análisis de contenido sobre 2.264 programas de la plataforma *online*, considerando la procedencia, vinculación curricular, género, técnica audiovisual, tema y público. Respecto de los protagonistas, se consideró su edad, género, diversidad territorial, pertenencia a pueblos originarios, condición de migrantes y de discapacidad. Se realizó además un análisis de contenido cualitativo a 24 series que fueron estudiadas respecto de su calidad. Finalmente, se realizaron entrevistas a catorce profesionales latinoamericanos de cinco países, con experiencia en los canales infantiles, la gestión pública, los festivales audiovisuales y la educación.

Los resultados muestran que la plataforma Novasur dispone de una pluralidad de contenidos. La mayoría de los programas son protagonizados por niños y niñas de ambos géneros que provienen de localidades de todo el país e incipientemente, se han incluido como personajes protagónicos a niños habitualmente excluidos de la televisión

abierta: como los pertenecientes a pueblos originarios, en condición de migrantes o con alguna discapacidad. Se trata de audiovisuales de alta calidad, que permiten a los niños contar sus propias historias. Los entrevistados concordaron en la importancia de contar con recursos adecuados y con la voluntad del Estado –transversal a los sectores políticos y a largo plazo– para desarrollar audiovisuales de primer nivel, innovadores y convergentes.

Se concluyó que la plataforma Novasur es un buen repositorio, representa a infancias diversas, si bien aún quedan grupos por incluir. Es posible potenciar la plataforma con espacios destinados a la participación de las audiencias, si se garantiza la continuidad del financiamiento. La colaboración continental y las coproducciones regionales profundizan en las identidades de las infancias con sello local y latinoamericano y serán un aporte para el canal público infantil actualmente en discusión.

Palabras clave: Televisión infantil, Calidad, Diversidad, Televisión digital, Derechos de los Niños, Convergencia.

Abstract

This doctoral thesis describes children's and educational television Novasur, a public initiative managed by the Consejo Nacional de Televisión, developed between 2000 and 2017. Today, under the name of Children's CNTV, it produces audiovisual content distributed through more than 50 television channels and its own digital platform: delivering content via streaming and having a video library with more than 2000 entries. This research considers an understudied aspect: Novasur's television public offer for children.

The study of television today must consider the complexities of the constantly evolving technology and how it affects different areas. In Chile, the implementation of digital television promises to include new actors, to improve the quality of broadcast, and to provide, for the first time, space for a cultural, educational and children's public signal. On the other hand, convergence has changed, perhaps forever, the relationship between audiences and media.

The objective of this study was to characterize the offer of the Novasur digital platform regarding its editorial line, based on quality standards and with a focus on Children's Rights in the context of the implementation of digital television and convergence. A qualitative methodology with a mix of techniques was used to characterize audiovisuals: a content analysis on 2264 programs on the online platform, considering the origin, curricular link, audiovisual technique, theme, and target audience. Regarding the protagonists, their age, gender, territorial diversity, ethnic groups, migrant status, and disability were considered. In addition, a qualitative content analysis was performed on 24 series that were studied for quality criteria. Finally, fourteen interviews were conducted to Latin American professionals from five countries, with experience in managing children's channels, public administration, audiovisual festivals, and media literacy.

The results show that the Novasur platform has diversity of content. Most of the programs are led by boys and girls of both genders and they come from all over the country. Also, incipiently, children usually excluded from television such as minorities, children with different ethnic backgrounds, migrants and people with disabilities are lead characters. These high-quality audiovisuals allow children to tell their own stories.

Interviewed professionals agreed on the importance of having adequate financial resources and the support of the State -transversal to the political sectors and in the long term– to develop high quality, innovative and convergent audiovisuals.

It is concluded that the Novasur platform is a good repository: it represents diverse childhoods, although there are still groups to include such as LGBT children and others. It is possible to enhance the platform with spaces intended for audience participation if the continuity of financing is guaranteed. Continental collaboration and regional co-productions are a strength, as they present a local and Latin American child's identities and will be a contribution to a public channel aimed to children, currently under discussion.

Key words: Children's Television, Quality Standards, Diversity, Digital Television, Children's Rights, Convergency.

Introducción

Chile experimentó en 2019 el estallido social más intenso desde la recuperación democrática. Las movilizaciones de los estudiantes secundarios inauguraron un levantamiento ciudadano por temas como el sistema de pensiones, el debilitamiento de la educación pública, el alza indiscriminada de precios y la privatización de bienes básicos como el agua. El descontento derivó en una crisis general que cuestiona las bases del sistema político y social y que aún no ha cesado. Tal como señala el PNUD (2017) el crecimiento y la mejoría de los indicadores económicos no han permeado a la totalidad de la población y se han concentrado en los segmentos más ricos de la sociedad. El organismo señala que «la desigualdad perjudica al desarrollo, dificulta el progreso económico, debilita la vida democrática, afecta la convivencia y amenaza la cohesión social» (PNUD, 2017, p.7). Se trata por tanto de una movilización en cuya base se encuentra la profunda desigualdad que se ha consolidado a lo largo de los años y, que se estima, sólo un nuevo pacto social podría calmar.

Como señalan investigadores como Cabalin, 2014, y Condeza, Bachmann y Mujica (2014) los adolescentes chilenos entre 13 y los 17 años ya fueron protagonistas de las manifestaciones sociales por la gratuidad en la educación anteriormente, en 2006, 2011 y 2012. Mientras el estudio de Cabalin (2014) destaca el uso de los nuevos medios sociales en la acción política de jóvenes, específicamente en las manifestaciones de 2011, las autoras aportan datos respecto de cómo se informan de la actualidad en diferentes medios, principalmente a través de redes sociales como *Facebook*, la televisión y, a mayor nivel socioeconómico, en portales de noticias (p.57). No es casual, como señala la Defensoría de los Derechos de la Niñez [Defensoría de la Niñez] (2019, p.25), que la protesta de los más jóvenes haya sido el gatillante de todo el proceso:

Las manifestaciones más multitudinarias que ha vivido la historia democrática de nuestro país se iniciaron por las acciones de un grupo de jóvenes que expresaron, con su protesta organizada, la frustración que sus familias, padres, madres y abuelos han sentido por años, frente a la desigualdad, el abuso, la injusticia y la postergación social.

Estas y estos adolescentes, en ejercicio de sus derechos, fueron capaces de organizarse y expresarse libremente, para servir de espejo y de empuje al resto de la sociedad chilena, representando sus dolores, pero también su diversidad, sus alegrías y esperanzas. El Estado de Chile les debe, no sólo reconocimiento y protección, sino también la generación de espacios reales de participación, que también incluya a niños y niñas más pequeños, para que todos puedan contribuir, desde sus capacidades, grados de madurez y de manera autónoma a la construcción de un Nuevo Pacto Social que les integre, verdaderamente como sujetos de derecho y agentes clave de su propio desarrollo y del desarrollo de nuestro país.

El fenómeno enunciado que subyace a la realización de esta tesis doctoral no es nuevo, ni ocurre únicamente en el país, como lo han demostrado las intensas protestas ocurridas en otros países del continente como Colombia y Bolivia y también en lugares más lejanos como Hong Kong. Una de sus muchas interpretaciones podría inscribirse en la tensión globalización / localización como la plantea Bauman (2003, 2016). Para el autor existe una economía global, cuya base es la extraterritorialidad y la interdependencia de unos con los otros. Sin embargo, relativiza la existencia de una sociedad y una única cultura global, en tanto «...la globalidad no se ha igualado con una escala global semejante de control democrático» (Bauman, 2003, p.233). Para el sociólogo, los estados nacionales quedan pequeños para dar respuesta a situaciones que superan sus fronteras y ciertas demandas sólo podrán ser abordadas justamente desde lo global. Además, plantea que esta situación tiene como repercusiones que algunos –las élites– logran ser plenamente globales y otros –los sectores más pobres– quedan atrapados en la localidad, espacio que el autor describe como «una señal de penuria y degradación social» (Bauman 2016, p.9). Y agrega:

Los procesos globalizadores incluyen una segregación, separación y marginación social progresiva. Las tendencias *neotribales* y fundamentalistas, que reflejan y articulan las vivencias de los beneficiarios de la globalización son hijos tan legítimos de esta como la festejada *hibridación* de la cultura superior, es decir, la cultura de la cima globalizada. Causa especial preocupación la interrupción progresiva de las comunicaciones entre las elites cada vez más globales y extraterritoriales y el resto de la población, que está *localizada* (Bauman, 2016, p.9).

Hobsbawm (2013) señala que «el siglo XXI ha globalizado el fenómeno» de la destrucción de los cimientos de lo que él llama la *civilización burguesa* por tres grandes golpes: la revolución científica y tecnológica del siglo pasado, la sociedad de consumo de masas y el ingreso de las masas a la escena política «como clientes y como votantes» (2013, p.12). Mata (2006, p.10) plantea preguntas relevantes en la tensión entre públicos y ciudadanía que cuestionan la representación que los medios hacen de la población: ¿cómo somos ciudadanos en los medios? Muchas veces aparecen como sujetos de necesidad (desvalidos ante el poder), como sujetos de demandas (es decir, interpelando al poder a través de los medios y no por los canales propios de la representatividad política y como sujetos de derecho (en el ejercicio democrático).

Jenkins, Ford y Green (2013) definen la cultura trasmediática como un espacio de poder en el que critican las lógicas propias del modelo neoliberal. Se trata de un campo dinámico, abierto a la construcción y debate, que ejemplifica la tensión «entre las marcas y empresas mediáticas y sus públicos» (p. 21). El cambio de paradigma hacia la cultura transmedia abre, pero no garantiza un mundo de posibilidades de participación.

Además, un sistema mediático es más que simplemente las tecnologías que lo sustentan. La cultura impone estos cambios; las realidades del entorno comunicativo actual son más caóticas de lo que cualquiera de estas perspectivas es capaz de reconocer. El crecimiento de la comunicación en red, especialmente si lo juntamos con las prácticas de la cultura participativa, proporciona un conjunto de nuevos recursos y facilita nuevas interacciones de la mano de una variedad de grupos que hace tiempo que luchan para que se escuche su voz. Las nuevas plataformas crean aperturas para el cambio social, cultural, económico, legal, político y oportunidades para la diversidad y la democratización para las cuales merece la pena luchar. Sin embargo, las condiciones de participación aún están claramente en el aire y las determinarán una serie de luchas legales y económicas que tendrán lugar poco a poco estas próximas décadas (Jenkins, et al., 20.13, p.22).

Para Aguaded (2005, p. 7) la televisión es un «lenguaje de futuro» en la medida en que la formación crítica la convierta en un medio al servicio de la ciudadanía y en un medio de transformación social. El aporte que los medios pueden hacer al ejercicio de la ciudadanía mediática en tiempos de convergencia y por tanto la centralidad que adquiere la educomunicación, ha sido discutido por expertos como Aguaded (2011), Pérez Tornero (2005 y 2012), Buckingham y Rodríguez (2013), García Ruiz, Ramírez García y Rodríguez Rossel (2014) y Martens y Hobbs (2015). Se trata de temas tan relevantes como el poder, el ejercicio democrático y la participación de todos los actores sociales en la nueva plaza pública. Mientras los fenómenos se viven en las redes sociales a través de la información transmitida y compartida una y otra vez por los mismos ciudadanos, las audiencias critican la cobertura mediática de los sucesos, centradas en los desórdenes y no en las demandas ciudadanas y cuestionan a las cadenas de medios de comunicación, a las que se atribuyen intereses comerciales. La crisis ha hecho visible la tensión entre los derechos ciudadanos, el rol de los medios – en especial la televisión– y su rol de servicio público: como reflejo del pluralismo y para proporcionar visibilidad a todos los sectores sociales, en especial a los más vulnerables. Autores como Munizaga (1999, p. 13) plantean una visión más crítica de la relación entre los medios masivos –todos ellos– y la política, señalando que en un sistema comercial otros criterios pasan a ser los más relevantes:

Hoy en día es una verdad indiscutible que los medios industrializados no producen comunicación con una finalidad cultural, ni educativa, ni política; aunque la comunicación masmediada esté presente en la realización de estas dimensiones sociales. Ellos están orientados primordialmente a producir y difundir mensajes eficaces para atraer a públicos, dado que los públicos son el verdadero producto de los medios, aquel que venden a las agencias publicitarias, aquel por medio del cual se financian y obtienen ganancias. En

este sentido, cualquiera sea el contenido o la forma de una comunicación masmediada, si atrae a un público objetivo es eficaz, y a su vez, cualquiera comunicación que no capta audiencias puede ser desechada.

En el escenario en el que investigadores como Edgar (2018, p. 5) apuntan que en la última década el uso mediático que los niños realizan de los tradicionales y digitales casi se ha duplicado, cabe reconocer la importancia de la TV como *pantalla principal* en el contexto del uso de múltiples dispositivos, así como primera fuente de información de lo que sucede en el país. En Chile, el 85% de las audiencias indican ver la TV para saber lo que ocurre en el país y 82% para saber lo que pasa en el mundo (CNTV 2107c, p.15). Es además parte constitutiva del nuevo *sensorium*, en el sentido de aldea o plaza pública en la que la realidad sucede, tal como lo consignan autores como Munizaga (1999). En este sentido se aplica el concepto tal como Martín-Barbero (1999) lo recoge de Walter Benjamin para aplicarlo a esta nueva forma de ver/leer a través de una pantalla que modifica nuestra percepción del espacio-tiempo.

El consumo audiovisual tiene un lugar central para niños y niñas hoy en día. Martín-Barbero (1999) señala que son los jóvenes quienes encarnan el nuevo *sensorium* audiovisual por su plasticidad neuronal y elasticidad cultural. Buckingham y Martínez Rodríguez (2013, p. 12) puntualizan en el potencial de las nuevas tecnologías en el aprendizaje cívico y en redefinir la relación entre la escuela y los medios, señalando que:

Los jóvenes de hoy crecen en un contexto saturado de tecnologías relacionales y comunicaciones digitales, y en estos nuevos espacios digitales, desarrollan marcos preliminares para interpretar la vida, conjuntos de opiniones y prejuicios, estereotipos y dilemas que orientan su comprensión de los significados de las acciones cotidianas. Es aquí donde se pone en juego su experiencia de la ciudadanía.

En Chile los más pequeños son dueños de un importante equipamiento cultural de su propiedad como televisores, computadores, tabletas, teléfonos inteligentes, aún en los grupos socioeconómicamente más desfavorecidos. Amador-Baquiro (2012, p. 80) recoge el concepto de *infancias*, en plural, como una categoría epistemológica para referirse a una nueva forma de concebir a la niñez en toda su diversidad y complejidad:

Partiendo que infancias es una categoría analítica que reconoce múltiples formas de transitar la niñez, se puede admitir que esta no solo remite a la producción de marcos explicativos para conocer el estado de los niños y niñas para proceder a su encauzamiento. Se trata de un enunciado que pretende reconocer la urdiembre de experiencias que le dan sentido a la existencia de estos sujetos, en relación con sus relaciones con la sociedad, la política, la economía y la cultura. El planteamiento invita a superar el anclaje naturalizado a la escuela y la familia como únicos escenarios en lo que es posible gestionar la vida y construir las subjetividades.

Por medio del análisis de datos cuantitativos de fuentes secundarias, entre la que destaca la IX Encuesta Nacional de Televisión que CNTV, se describe el consumo que los niños chilenos realizan de la televisión y de la multipantalla. En medio de la

crisis, el acuerdo más relevante ha sido el compromiso de casi todos los sectores políticos por formular una nueva Constitución, comenzando con un plebiscito en abril de 2020. Esta demanda que ha sido postergada por más de treinta años se percibe como fundamental para establecer un marco para el acuerdo social, dejando atrás la herencia de la dictadura cívico-militar. El tema de la participación efectiva de todos los grupos sociales en la formulación de una nueva Carta Magna: –mujeres, pueblos originarios, niños mayores de catorce años– hoy se debate intensamente.

Hoy como nunca los Derechos de los niños han adquirido visibilidad, en tanto se ha discutido su rol como ciudadanos, sujetos participativos y comunicacionales. Esta tesis revisa los principales cambios realizados durante la última década en el país para proveer una institucionalidad adecuada, que permita dar cumplimiento a las garantías consagradas en la Convención de los Derechos del Niño. En el nuevo horizonte constitucional el enfoque de derechos es un marco orientador, más allá de las políticas públicas, ya que involucra a la sociedad entera en el desafío de transitar hacia el reconocimiento de niños y niñas como sujetos de derecho, según señalan P. Del Río y Del Río (2008). Los medios de comunicación y, en especial la televisión, tienen un rol fundamental en la promoción de estos, por su rol socializador y aporte en la construcción social de las ideas acerca de las infancias. Por ello, la invisibilización de los niños y niñas que acusa la Defensoría de la Niñez en el diseño de las políticas pública, es un factor relevante de considerar. Por ello y ante la situación actual el organismo hace un llamado:

La Defensoría de la Niñez hace un llamado a que el gobierno de Chile, pero también todos los poderes del Estado dispongan de instancias permanentes que recojan y atiendan la opinión de niños, niñas y adolescentes, generando mecanismos eficientes y efectivos que permitan que este Nuevo Pacto Social sea elaborado por, para y con ellas y ellos (Defensoría de la Niñez, 2019, p. 25).

Si bien pudiera considerarse como un aspecto marginal ante la gravedad y la efervescencia de este tiempo, la importancia de la comunicación y el rol de los medios tradicionales y de los llamados nuevos medios es central para la comprensión de nuestro tiempo. En un mundo globalizado, mientras se desdibujan las barreras entre los sectores industriales –como el audiovisual y de las telecomunicaciones– las naciones deben adaptar sus marcos legales, regulatorios y sus políticas de fomento. En Chile, como en muchos otros lugares de América Latina no existen medios de servicio público equiparables a las emisoras como *BBC* en Europa o *PBS* estadounidense. Esta tesis estudia una particular oferta de televisión pública infantil que se desarrolla en Chile, a partir de un ejemplo concreto, Novasur, en un período especialmente complejo, tanto por la implementación de la TV digital en el país como por los desafíos que impone la convergencia. Cómo Novasur hace televisión pública, infantil y de calidad en Chile hoy, se estudia desde la perspectiva educ comunicativa y en el contexto tecnológico actual, con énfasis en el enfoque de derechos y teniendo como horizontes el aporte de los medios públicos en el ejercicio y la profundización democrática.

Novasur, nació en el año 2000 justamente como una forma de enfrentar la profunda desigualdad del sistema educativo chileno. Su objetivo era proporcionar un recurso pedagógico –televisión educativa de calidad– a los establecimientos

educacionales más desfavorecidos del sistema público. Su ámbito de acción se desarrollaba tanto en el desarrollo de los contenidos, como en la capacitación de los profesores en el uso pedagógico de los recursos audiovisuales. Actualmente es la única oferta pública de televisión para niños en Chile y la única plataforma digital nacional dirigida a audiencias infantiles. El camino recorrido en los diecisiete años de experiencia de la señal es importante de considerar en el desarrollo de la televisión infantil pública y de calidad que se proyecta. Pese a ello, su forma de trabajo ha sido escasamente estudiada. Esta tesis aborda el Programa en tanto oferta de contenidos de su plataforma digital, no así desde su dimensión pedagógica, ya que es justamente este último aspecto el concluye en 2017 con el cambio de marca y el fin del trabajo de los equipos territoriales encargados de la implementación del proyecto en las escuelas, el seguimiento y la capacitación docente. La continuidad de la oferta de contenidos, en cambio, es un interesante objeto de estudio, en tanto perdura en el tiempo y se adapta al nuevo escenario convergente y digital.

Novasur es distinto a las tradicionales televisiones educativas iberoamericanas. Si bien se gestó como una iniciativa público - privada, actualmente su financiamiento y dependencia son estatales. Se trata de un Programa presupuestario de la nación, que es ejecutado por el Consejo Nacional de Televisión (CNTV) organismo autónomo del Estado que tiene a su cargo la supervisión y el fomento de la televisión en el país. Novasur funciona en un circuito distinto de la televisión comercial vigente en el país, ya que no posee un canal propio y no es emitido por las señales generalistas, que son las de mayor cobertura y audiencia. Tampoco se transmite por Televisión Nacional de Chile –TVN– ya que, si bien esta señal se define como pública, al igual que el resto de los canales debe autofinanciarse por medio de la publicidad comercial. Novasur no emite publicidad. Su oferta televisiva consiste en 14 horas originales mensuales, que se difunden a través de más de 70 canales asociados, tanto en la televisión abierta regional –ARCATEL–, local y comunitaria, así como por cableoperadores llegando a los niños y niñas más desfavorecidos del país. El foco de Novasur, inicialmente centrado en el apoyo al currículo escolar, con el tiempo se ha abierto a un concepto más amplio de la educación y de la cultura. El canal tiene cuatro ejes temáticos: identidad local y regional, contenidos curriculares; arte y cultura y formación para la vida. Novasur pertenece a la Asociación de Televisiones Educativas y Culturales Iberoamericanas (ATEI) y la calidad de sus series ha sido reconocida por diversos festivales internacionales, como el *Prix Jeunesse*.

Ante la fragmentación que ofrece el mercado globalizado de la televisión, la renovación de la programación infantil resulta una oportunidad crucial para la expresión y preservación de la diversidad cultural del país. De igual modo, abre posibilidades para que niños y niñas de distintos lugares de Chile puedan verse representados en pantalla (CNTV, 2015b, p. 2).

Novasur cuenta con una plataforma online en la que transmite su programación diaria vía *streaming* y cuenta con un repositorio de más de 2000 audiovisuales para ver y descargar en el territorio nacional. En la web de Novasur reside el material complementario que vincula los audiovisuales con las bases curriculares vigentes y otros materiales educomunicativos a disposición de educadores, estudiantes y público general.

Según Montt y Villarrubia (2005), el Programa acompañaba a las unidades educativas adscritas en el proceso de uso de la televisión por medio de capacitaciones y talleres. Desde hace algunos años trabaja además con otras instituciones sociales, académicas y culturales del país en la formación de audiencias críticas, a través de la línea de Educación en Medios Audiovisuales, EMA.

La contextualización que sustenta la investigación se describe en el marco teórico, se inicia con la relación entre infancia y medios de comunicación desde el enfoque de Derechos, iniciando con la evolución en los marcos legales, para concluir con la discusión en torno a los estándares de calidad que son exigibles y deseables de cumplir. Los niños y niñas son una de esas audiencias cuyas demandas aparecen invisibilizadas en una década en la que el país busca cómo implementar en sus políticas públicas aspectos definidos en la Declaración de Derechos del Niño, como la participación social de este grupo como ciudadanos del presente y no del futuro. La implementación de la Ley de Garantías de Derechos de la Niñez compromete al Estado en su conjunto, ya que requiere la mejora de indicadores del país referidos a infancia y el cumplimiento de ciertos estándares lo que significa cambios legales, administrativos y procedimentales de todo el aparato público y abordar una política pública comunicacional para el resguardo de los derechos de los niños en los medios en general (CNTV & Maurás, 2014).

En segundo lugar, se realiza una descripción del estado del arte respecto de las crisis y oportunidades que ofrece la televisión digital y el nuevo escenario para la TV pública en este nuevo marco de la convergencia, destacando el rol fundamental que tiene la educomunicación en el ejercicio de la llamada ciudadanía mediática. Primero, se considera el ajuste de la televisión pública como sector –estratégico, industrial y de servicio público– en la transición a un modelo de televisión digital y en el surgimiento de plataformas públicas convergentes. La televisión es la primera pantalla en los hogares del país, pese a la creciente importancia que adquieren otros consumos multimediales (Internet, redes sociales). Año a año aumenta el equipamiento para ver televisión, así el 77% de las audiencias declaran tener televisores de pantalla plana y 35% posee un *Smart TV*, tal como han demostrado los estudios del Consejo Nacional de Televisión [CNTV], (2018c, p.6). Asimismo, si bien disminuye levemente el consumo en la televisión tradicional, el visionado se produce en otras pantallas, como los computadores y teléfonos, tal como se verifica en la IX Encuesta Nacional de Televisión de 2017 (CNTV 2018c).

A continuación, se comentan las experiencias iberoamericanas de televisión pública infantil, describiendo los nuevos marcos normativos que se han implementado en el sector, así como una descripción de los procesos de España, Portugal, México, Argentina, Colombia, Brasil, Perú, Ecuador, Venezuela y Chile.

El objeto de análisis fue la programación realizada por Novasur y que está disponible en la plataforma digital del Programa, es decir que es accesible para sus audiencias, sin restricciones de lugar y de tiempo. Con mayor profundidad se realizaron análisis de contenido de variables cuantitativas a las diferentes formas de *producción relacionada*, es decir aquella vinculada de alguna u otra forma al Programa, como los contenidos de *producción propia*, es decir aquellos efectuados directamente por

Novasur o bien es encargada a través de licitaciones. Las *coproducciones nacionales*, es decir aquellos programas realizados en conjunto con diferentes instituciones públicas y privadas, *las coproducciones regionales* que son aquellas que se realizan descentralizadamente con el apoyo de distintas organizaciones a lo largo de Chile. Finalmente, se analizaron algunos programas del Fondo de Fomento a programas de calidad financiados por el de CNTV, que, si bien pueden considerarse externos, corresponden a programas premiados por la institución que gestiona Novasur. Además del análisis de contenido, el estudio incluyó la realización de entrevistas a profesionales de las áreas de la realización audiovisual, gestión de televisión pública y privada, infantil y educativa, representantes de instituciones reguladoras, educadores, académicos y fundadores de festivales audiovisuales de Chile, Argentina, Brasil, Colombia y Perú, con quienes se buscó dar una visión de un sector dinámico que está en transformación.

Esta investigación surge de la experiencia profesional de once años en el Programa Novasur, primero en el área de implementación y capacitación docente en el sur del país y luego en la coordinación del programa incorporando tareas de gestión, difusión del Programa y trabajo en educación en medios con audiencias infantiles, estudiantes universitarios, funcionarios públicos, festivales de cine, realizadores audiovisuales y otras organizaciones de la sociedad civil.

A partir de marzo de 2017 la marca Novasur dejó de existir, poniendo fin a diecisiete años de trayectoria y a su trabajo se siguió de la implementación del proyecto en las regiones. Con el nombre de CNTV Infantil, comienza una nueva fase. Si bien durante el gobierno de Michelle Bachelet existió el compromiso presidencial de crear un canal público cultural y educativo –en el marco de la implementación de la televisión digital– y tres ministerios condujeron la propuesta ciudadana que se plasmó en las orientaciones programáticas, hoy el proyecto duerme ante el desinterés del Ejecutivo. Este estudio busca ser un aporte a la discusión sobre el rol del Estado frente a los Derechos de la ciudadanía, instalada en el país a partir del estallido social de octubre de 2019. Niños y jóvenes han sido protagonistas de las demandas sociales por el acceso desde la educación y la salud, hasta garantías como la participación y la comunicación. Ciertamente este 30% de la población deberá ser consultado en el nuevo horizonte constitucional. La reciente pandemia causada por la Covid 19 ha tensionado aún más la situación, evidenciando la desigualdad existente. Específicamente, el confinamiento de los niños ha mostrado la falta de equipamiento, así como la precariedad del acceso a internet en gran parte de la población. Ello ha reimpulsado la discusión sobre la pertinencia de tener un canal de televisión público destinado a las infancias, con enfoque educativo. La discusión de las experiencias de TV infantil en el entorno iberoamericano, el estudio realizado sobre la oferta de Novasur y las opiniones expertas consideradas pueden servir como aporte para la discusión de una nueva política pública al respecto, así como para orientar la futura oferta de CNTV Infantil, ahora presente en una nueva vitrina en la televisión digital.

I. MARCO TEÓRICO

1.1. INFANCIA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN DESDE EL ENFOQUE DE DERECHOS

Al cumplirse veinticinco años de la ratificación de la Convención sobre los Derechos del Niño (CDN) por el Estado de Chile en 2015, produjeron cambios institucionales y legislativos relevantes, al alero de la creación del Consejo Nacional de la Infancia, tales como el inicio de la tramitación de la Ley de Garantías de Derechos de la Niñez; la creación de un Observatorio de la Infancia y el desarrollo de una Política de Infancia 2015-2025, entre otros. Para efecto de esta tesis se hablará de niños y niñas y recogiendo las ideas de Amador Baquiro (2012) de *infancias*.

El campo de los Derechos de la Infancia es dinámico y su construcción permanente, dado que el contexto sociocultural, económico, los avances en el tratamiento de los Derechos Universales y las circunstancias geopolíticas ejercen una gravitación determinante en su construcción y reconstrucción. Autores como Doek (2007), Santos Pais (2007), Moody (2014 y 2015) y Ramiro (2016) entre otros, han consignado el desafío es entender a los niños como sujetos de derechos en todos los planos, con los ajustes que ello implica para los Estados firmantes de la convención y para el mundo en su conjunto.

Como señala Ramiro (2016, p. 128) «...se inaugura una nueva etapa institucional que propone un mayor protagonismo del papel del niño en la sociedad y la infancia llega a ser concebida como un fenómeno social a gestionar administrativamente por el Estado».

En este capítulo se abordará la situación de los Derechos de la Infancia en sus líneas generales, su situación en el país a través del análisis de cifras e informes internacionales y, en un segundo apartado, se discute qué significa hacer televisión desde el enfoque de derechos de niños y niñas.

1.1.1. Evolución de los marcos legales sobre los derechos de los niños

Si bien la preocupación por los temas de infancia tiene antecedentes tan remotos como en el Renacimiento, Phillippe Aires señala que no fue sino hasta el siglo XVII que se produce un reconocimiento y valoración de la niñez, es decir que «se considera al niño como un ser específico, con necesidad específicas, que requiere cuidados específicos y medidas de protección específicas» (Droux, 2017). Esta preocupación se tradujo en legislaciones que limitaban la edad y las horas de trabajo infantil, entre otros ámbitos. En el siglo XIX se formularon políticas asistenciales de protección, vinculadas, por ejemplo, a la educación, el trabajo temprano y otras. Estas iniciativas sin embargo estaban limitadas a determinados territorios, ciertos Estados y a algunos niños.

Fue durante el siglo pasado cuando se produjo una importante evolución en el estatus legal y social de la infancia, que alcanza una dimensión internacional y universal. Los procesos sociales que dieron forma a la legislación actual sobre Derechos de la infancia tienen su raíz en procesos sociales, cambios culturales y decisiones políticas de los Estados y de la institucionalidad transnacional. La génesis de lo que hoy es la Convención de los Derechos del Niño que en apariencia es un cuerpo consensuado por todas las naciones, no fue fácil y autores como Moody y Price Cohen definen como un proceso no lineal, que a lo largo del convulsionado siglo XX tuvo avances y retrocesos, pero que tiene como hitos los siguientes cuerpos legales:

- La Declaración de los Derechos del Niño, conocida como la Declaración de Ginebra (1924)
- La Declaración de las Naciones Unidas de los Derechos del Niño (1959)
- La Convención de las Naciones Unidad sobre los Derechos del Niño (1989)

La discusión se inicia con lo que Moody (2015) llama la «causa» de los niños, aquella preocupación generalizada que busca el bienestar de los menores de edad en una sociedad industrial. Surgen en el período numerosas organizaciones destinadas a la protección de la infancia, las que avanzando con el siglo ven con preocupación las devastadoras consecuencias de la Primera Guerra Mundial. Las organizaciones humanitarias recientemente surgidas plantean sus visiones de la infancia: un lado los considera a los niños «en riesgo», por el sinnúmero de huérfanos, niveles de desnutrición, miseria y menores situación de abandono que ocasiona el conflicto mundial. Por otra parte, se los ve como «futuro de la nación», sujetos en formación, cuya mayoría de edad les brindaba la ciudadanía plena. Dichas instituciones logran colocar el tema de la niñez en los foros internacionales, como la Liga de las Naciones, surgida en 1919. La Declaración de Ginebra de 1924 es la primera iniciativa transnacional respecto de la situación de los niños.

La discusión del documento se vio interrumpida por la Segunda Guerra Mundial, que agravó la situación de los niños desplazados, refugiados y carentes de cuidados básicos. Moody (2014) señala que la causa de los niños adquiere una nueva dimensión internacional después de las Guerras Mundiales y se retoma un largo proceso de discusión de la declaración. En 1945 se creó la Organización de Naciones Unidas, ONU. Después de mucho debate sobre si adaptar el documento de Ginebra o empezar de cero, la autora refiere que se decide utilizar como base la declaración para la formulación de un documento propio de la ONU. Después de un amplio proceso de consulta y evaluación del estado de los derechos de la infancia, finalmente se formula en la Declaración de Derechos del Niño en 1959.

Moody señala que la Declaración fue considerada insuficiente con el paso de los años, ya que se estimaba que consistía una enunciación de principios más que una obligación legal para los Estados. La Convención tiene su génesis en la propuesta de Polonia de 1978, basada en el documento de 1959. Se sometió a un proceso de consulta, que tuvo como resultados bastantes observaciones críticas respecto de la propuesta, por ejemplo, se consideró que no cubría la totalidad de rango de Derechos, como el principio de no discriminación, la necesidad de la seguridad social o el ámbito de la justicia juvenil.

Asimismo, la Declaración fue objeto de profundas revisiones por parte de estudiosos, grupos sociales, ONG, al alero de los movimientos sociales de los '60 y 70. Según plantea Dekker (2012) libros como *Centuries of Childhood* de Phillippe Aries publicado en 1960 plantea la emergencia de un nuevo paradigma: el cambio de concepto de la infancia. Como describe UNESCO, se trasciende el concepto de protección y salvaguarda de los niños y se incluyen normas asociadas a los derechos a las libertades fundamentales de los niños (Droux, 2017). El tema debe ser abordado desde una óptica trasnacional y enfoque interdisciplinario y considerar al niño como sujeto de derecho, actor en su propio bienestar y ciudadano en el presente.

Moody (2015, p. 152) señala que «la producción y promoción de los derechos del niño es un proceso abierto y dinámico». El autor consigna «an interdisciplinary approach its required to take into account the multiple facets of children's rights, which cannot be solely considered as legal concept, an educational evolution or social construction».

Ruggiero (2017) señala que existen formas de clasificar los derechos de acuerdo con su generación, lo que ayuda a comprender por qué se trata de un campo en permanente discusión, ya que nuevos temas propios de la discusión social –como el cuidado del medio ambiente, el uso de las nuevas tecnologías– se van sumando a la discusión:

- Derechos de primera generación: civiles y políticos.
- Derechos de segunda generación: económicos, sociales y culturales.
- Derechos de tercera generación, llamados derechos solidarios: derecho a la paz, medio ambiente limpio.
- Derechos de cuarta generación: protección antes los avances tecnológicos.

El contexto mundial se vio marcado por la Guerra Fría y las tensiones entre el Este y el Oeste. El año 1979 fue declarado Año Internacional de la Infancia y pese a los esfuerzos no fue posible avanzar en un acuerdo en un cuerpo legal para los niños. La Convención de Derechos del Niño (CDN) fue adoptada por la Asamblea General de las Naciones Unidas en noviembre de 1989, casi una década después. Según Liwski (2007, p. 69) «se trata del nacimiento de un nuevo contrato social con los niños y adolescentes, marcando el inicio de un ciclo histórico de compromisos legalmente vinculantes y la dinámica construcción de una nueva cultura de derechos del niño».

Esta Convención es un salto cualitativo en la protección y promoción de los Derechos de Los Niños. Como expresa Moody (2015 p. 16) «the declaration represents the point at which the assiduous defense of the cause of children at the transnational level met the cause of child as subject of Universal Human Rights». Se destacan a continuación algunas de sus particularidades:

- Este cuerpo legal está dedicado a un grupo específico que va desde los 0 y los 18 años y además provee una lista de derechos exclusivos para los niños.

Esta situación parte del reconocimiento de que los niños como sujetos requieren medidas especiales. La Convención no sólo es acerca de reconocer a los menores de 18 años la aplicación de los Derechos Universales del Hombre, sino además aporta algunos derechos específicos que son concebidos en forma excepcional para este grupo etario: la noción de mejor interés del niño, el derecho al juego y a no ser separados de la familia son algunas de estas garantías específicas.

Hay que considerar que la Convención no plantea un rango de edad adecuado para ejercicio de estos derechos, por lo que constan desde el nacimiento. De allí que aparezcan conceptos como la evolución de acuerdo con las diferentes etapas de desarrollo de los niños. Ello requiere una interpretación adecuada para el resguardo de una serie de consideraciones y la generación de protocolos especiales que hagan posible el ejercicio del derecho a ser escuchados y a la participación. Por ejemplo, en los casos judiciales en que los niños tienen parte, ya sea como testigos, víctimas o infractores de ley; en el ámbito de salud, mayoría legal penal, matrimonio infantil y una serie de otras situaciones más cotidianas.

- CDN Plantea un código de conducta para adultos (en general) y para los padres respecto de sus hijos, ya que provee estándares mínimos en cuidado y protección de los niños y correcto desarrollo de los niños

La CDN garantiza para los niños todos los llamados derechos universales de primera y segunda generación: derechos civiles, políticos, económicos, sociales y culturales. Se protege a los niños en tres dimensiones: el abuso, la negligencia y la explotación. El Artículo 5 establece derechos y deberes de los padres para dirigirlos y guiarlos de acuerdo con la evolución de sus facultades y las distintas etapas de desarrollo. El Artículo 18 establece obligaciones para ambos padres respecto de la crianza de los niños, situando su preocupación fundamental en el Principio del Bienestar superior del niño. Los Estados deben garantizar las condiciones para que los padres, incluyendo a quienes trabajan para que puedan entregar los cuidados apropiados.

- La Convención es legalmente vinculante para los Estados firmantes.

Ruggiero (2017), afirma que se establecen tres niveles de obligación para los Estados firmantes, primero no interferir con el ejercicio de los derechos de los niños contenidos en la Convención (es decir la obligación de respetar el *carácter negativo* de la misma); en segundo lugar, adoptar las medidas legislativas, administrativas y otras necesarias para su implementación (cumplir el carácter positivo de la convención) y en tercer lugar la obligación de proteger a los individuos ante las interferencias de otros individuos, grupos u otras asociaciones.

- La Convención establece Principios Generales, que operan como supra-derechos.

Según Antwell (2017) ningún otro cuerpo legal designó artículos como Principios. Esto significa que ellos son aplicables más allá de la implementación de la Convención. Los artículos mencionados funcionan como una suerte de *super derechos* que ayudan a la interpretación de la convención como un todo: Artículo 2 *Derecho a la No Discriminación*; Artículo 3 *Interés Superior del Niño*; Artículo 6 *Derecho a la vida, supervivencia y desarrollo* y el Artículo 12 *Derecho a ser escuchado*.

UNICEF precisa que los derechos de los niños son indivisible e interdependientes. Según la información disponible en su web, los Principios se traducen en algunas líneas básicas: cuidado de la infancia, educación y protección de la infancia. En el primero supone que los Estados parte tomarán las medidas para abordar la situación de los más pequeños desde una perspectiva integral (salud, nutrición, etc.). En el ámbito de educación se aborda el acceso, la calidad, el enfoque de género. Y en el área de protección refuerza el compromiso de los actores (Estado, familias, comunidades) a tomar medidas, impulsar leyes para asegurar el bienestar de los niños.

- La Convención provee reconocimiento formal de los niños como actores sociales, a través de la implementación del Derecho a la Participación, cuyo corazón es el artículo 12.

La CDN plantea una clara definición de lo que es la Participación. Según Jean Zermatten (2017) existe una definición *stricto sensu* que es el derecho del niño a expresar su opinión y a influir en las decisiones a tomar y, por otro lado, un segundo sentido que es el derecho de los niños como colectivo a expresar sus opiniones e influir en aquellas materias que los afectan en el ámbito social.

El llamado Derecho a la Participación está constituido por el Artículo 12 *Derecho a ser escuchado*; el Artículo 17 *Derecho a la Información* y el Artículo 31 *sobre el Derecho al Juego y a acceso a la vida cultural*. Según Stoecklin (2017) se plantea entender al niño como un sujeto de derechos y como actor social, lo que quiere decir participar y expresarse de manera individual, pero también colectiva y por ello son considerados los derechos «más revolucionarios». Lansdown (2001, p. 6) los sintetiza de la siguiente forma:

At the core is Article 12, which insists on the visibility of children in their own right. Its implementation, alongside the other civil rights, involves a profound and radical reconsideration of the status of children in most societies and the nature of adult/child relationships. It requires us to begin to listen to what

children say and to take them seriously. It requires that we recognize the value of their own experience, views, and concerns. It also requires us to question the nature of adult responsibilities towards children.

Pero el artículo 12 tiene limitaciones. Lansdown (2001) precisa lo que no dice y no hace: no otorga autonomía completa a los niños, no les da control sobre sus decisiones ni quita la tutela de sus padres. «However, it does introduce a radical and profound challenge to traditional attitudes, which assume that children should be seen and not heard». En síntesis, según la autora el Artículo 12 propone que todos los niños son capaces de expresar un punto de vista, tienen el derecho de expresarlo libremente, a ser escuchados en las materias que los afectan, a hacer que sus puntos de vista sean considerados seriamente, de acuerdo con su edad y madurez (2001, p. 2).

Existen múltiples dimensiones de la participación de los niños. Lansdown (2017) señala que ellos pueden ser consultados, puede haber colaboración o los niños pueden liderar la participación. La consulta, puede ser a través de indagación hecha por los adultos para conocer puntos de vista relevantes de los niños respecto de temas que les conciernen. La colaboración plantea que los niños y los adultos trabajan unidos, si bien son los adultos los que lideran ese proceso participativo y citan a los niños y jóvenes a sumarse en diferentes partes. Y el tercer punto, cuando los niños lideran la participación es descrito por la autora como una forma en la que los adultos facilitan y apoyan el proceso participativo generado y gestionado por los niños.

And this is where you would create a space for young people themselves to identify the issues that they think are important and of concern. And this can be developed in through children's parliaments through child unions, through children's clubs. And the examples of this all over the world where children come together. They talk with each other about what are the things they want to change in their communities. What are the things they want to improve? What are the rights they feel are being violated? They themselves work towards looking at how they can take action to try and achieve change supported by adults. So, the role of adults in child led participation would be to facilitate and support that process (Lansdown, 2017).

Stoecklin y Bonvin (2014, p. 134) a través de un modelo ponen en relación los factores personales y sociales que facilitan o entorpecen la capacidad de participar de los niños. Entre estas capacidades personales estarían la edad, género, características de personalidad. Las capacidades sociales serían por ejemplo las políticas públicas, las noticias, las instituciones y procedimientos a través de los cuales los niños pueden ser efectivamente escuchados y participar. De acuerdo con el modelo, se trata de un sistema complejo, en el cualquiera de los factores al ser alterado puede influir positiva o negativamente en la participación infantil (Stoecklin, 2017).

Hart (1993, p. 9), a partir de la propuesta de Arnstein (1969), describe como la participación infantil en un Diagrama de la Escalera de la Participación «una tipología inicial para reflexionar sobre la participación de los niños en los proyectos». Se describen 8 pasos, en el que los tres primeros no son formas reales de participación, pero con ajustes en el diseño de las acciones es posible que sí lo sean. El nivel más bajo

es la *manipulación* que el autor entiende como la utilización de niños y niñas en acciones que no necesariamente comprenden y comparten, por ejemplo, cuando llevan pancartas en una manifestación sin saber del tema o asisten a una consulta sin que se produzca una debida retroalimentación. El segundo escalón es la *decoración*, que se produciría cuando los adultos «sencillamente usan a los niños para fortalecer su causa de manera relativamente indirecta» (Hart, 1993). El escalón siguiente es la *participación simbólica* en la que se los invita a una actividad en apariencia participativa como una conferencia o mesa redonda, pero «en realidad tienen poca o ninguna incidencia, sobre el tema o sobre el estilo de comunicarlo y poca oportunidad, o ninguna, de formular sus propias opiniones» (p. 11). El autor agrega que estas actividades tienen una gran difusión, se hacen muchas fotografías, pero pueden llegar a desilusionar a los niños respecto de la participación. En este modelo, las actividades participativas comienzan en el cuarto escalón llamado *asignado, pero informado*, que cumple con cuatro condiciones (Hart, 1993, p. 13):

- 1) Los niños comprenden las intenciones del proyecto;
- 2) Ellos saben quién tomó las decisiones sobre su participación y por qué;
- 3) Ellos tienen un papel significativo (no decorativo);
- 4) Se ofrecen como voluntarios para el proyecto *después* de que se les explique el proyecto claramente.

El quinto escalón se denomina *consultados e informados* e involucra a los niños en un proyecto diseñado por adultos, pero que los niños comprenden y sus opiniones son seriamente consideradas. Un paso más arriba se encuentran los proyectos *iniciados por los adultos, pero con decisiones compartidas con los niños*. En esta categoría podrían situarse los Consejos de Desarrollo Vecinal (CDV) que realiza el Programa Quiero Mi Barrio del Ministerio de Vivienda y Urbanismo de Chile, que mejora las condiciones de un territorio de manera colaborativa con el barrio, a partir de un contrato.

Recientemente niños y jóvenes se han organizado en algunos territorios para exigir formar sus propios CDV, de forma que sus intereses se traduzcan en las acciones vecinales como talleres, capacitaciones y en las obras a ejecutar (web Quiero Mi Barrio <http://quieromibarrío.cl/wpcontent/uploads/2018/03/folleto-cvd.pdf>).

El siguiente nivel son proyectos *iniciados y dirigidos por niños* sin que los adultos los dirijan o interfieran y, más aún, faciliten. En el tope de la escalera están los *Proyectos iniciados por niños, decisiones compartidas con los adultos* que requiere una disposición particular de parte de los adultos por animar y ponerse al servicio de las ideas de niños y, niñas y jóvenes.

Gallego Henao y Gutiérrez Suárez (2015, p.107) en su investigación constataron la existencia de «barreras limitantes» en el ámbito escolar institucional y familiar para lograr estos niveles de participación infantil, principalmente por la concepción adulta

que estima que dar participación implica perder poder, por lo que cabe capacitar a los agentes educativos en la concepción de los niños como sujetos de participación.

1.1.2. Enfoque de derechos, medios y nuevos medios

A partir de la revisión de la CDN a dieciocho años de su promulgación, autores como Doek, Santos Pais y Liwski, señalan que pese al enorme aporte que la CDN representa en la visibilidad internacional respecto del interés en los asuntos de la infancia, millones de niños sufren todavía condiciones deplorables de pobreza, conflictos y situaciones de violencia y de vulneración de sus derechos. Santos Pais (2007), representante especial del Secretario General de la ONU sobre la violencia contra los niños especifica entre los logros la adecuación de los marcos legales nacionales y la adopción en 2002 de otros Protocolos complementarios a la declaración –respecto de la violencia contra los Niños y la participación de éstos en conflictos armados– por parte de la mayoría de los países. Asimismo, hoy existe una gran cantidad de organizaciones independientes trabajando por los derechos de la infancia y muchos países han adoptado la figura del Ombudsman o Defensor de los Niños.

Desde un enfoque crítico, la autora señala que para que los Estados puedan avanzar en la efectiva implementación de los marcos legales, es necesario llenar los vacíos legales para abarcar la integralidad de derechos y ponerlos en ejercicio a través de políticas públicas efectivas, con una mirada multidisciplinaria e intersectorial.

To ensure effectiveness and advance the realization of children's rights, further efforts are required. These efforts include promoting multi-disciplinary and crosssectoral cooperation and coordination between central and sub-national authorities; involving all relevant departments, including planning and finance ministries; engaging civil society organizations, and evaluating the work and impact of existing coordinating bodies (Santos Pais, 2007, p. 108).

Pero no sólo caben medidas legales, también la autora señala la importancia de contar con la promoción de una cultura de derechos de los niños, a través de diversos ámbitos como la educación (por ejemplo a través de la introducción del tema en el currículum escolar), capacitación e investigación de profesionales de diversas disciplinas (policías, jueces, periodistas, profesores y otros), desarrollo y puesta en marcha de sistemas de monitoreo (recolectar, analizar datos respecto de la infancia y su bienestar).

Este ámbito ha sido documentado por expertos como Marta Maurás de UNICEF, quien señala que la Convención sobre los Derechos del Niño establece un núcleo de derechos respecto de los medios de comunicación que garantizan su correcto uso en un sistema democrático y que incluyen el Derecho a la información; Derecho a la Libertad de expresión; Derecho a la privacidad; Derecho a la Participación (CNTV & Maurás, 2014, p. 9).

- **Derecho a la Información.** Descrito en el Artículo 17 contiene una serie de especificidades respecto de la importancia de los medios y su relación con el bienestar de los infantes:

Los Estados Parte reconocen la importante función que desempeñan los medios de comunicación y velarán por que el niño tenga acceso a información y material procedentes de diversas fuentes nacionales e internacionales, en especial la información y el material que tengan por finalidad promover su bienestar social, espiritual y moral y su salud física y mental. Con tal objeto, los Estados Partes: a) Alentarán a los medios de comunicación a difundir información y materiales de interés social y cultural para el niño, de conformidad con el espíritu del artículo 29; b) Promoverán la cooperación internacional en la producción, el intercambio y la difusión de esa información y esos materiales procedentes de diversas fuentes culturales, nacionales e internacionales; c) Alentarán la producción y difusión de libros para niños; d) Alentarán a los medios de comunicación a que tengan particularmente en cuenta las necesidades lingüísticas del niño perteneciente a un grupo minoritario o que sea indígena; e) Promoverán la elaboración de directrices apropiadas para proteger al niño contra toda información y material perjudicial para su bienestar, teniendo en cuenta las disposiciones de los artículos 13 y 18 (UNICEF, 2006, p.15).

- **Derecho a la Libertad de Expresión.** Está contenido en el Artículo 13, en el que se señala que «El niño tendrá derecho a la libertad de expresión; ese derecho incluirá la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de todo tipo, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o impresas, en forma artística o por cualquier otro medio elegido por el niño» (UNICEF, 2006, p. 14). Las únicas limitaciones son que ello afecte a otros y/o que comprometa la seguridad nacional, el orden público o el bienestar moral.
- **Derecho a la Privacidad.** Artículo 16 señala que «Ningún niño será objeto de injerencias arbitrarias o ilegales en su vida privada, su familia, su domicilio o su correspondencia ni de ataques ilegales a su honra y a su reputación» (UNICEF, 2006, p. 15).

Desde la existencia de los medios de comunicación, se han realizado investigaciones para estudiar los posibles efectos e influencia de estos, en especial de la televisión en la infancia (Del Río, et al., 2003; Del Río P.& Del Río, 2008). Sin embargo, los actuales cambios en el ámbito comunicacional configuran un escenario incierto en el resguardo de estos derechos. Por ejemplo, la fragmentación que produce el consumo audiovisual a través de Internet y las multiplataformas, por las que niños de todas las edades acceden a una oferta sin fronteras y sin mayores restricciones. UNICEF (2014) y CNTV y Maurás (2013). reconocen tanto el potencial expresivo de la red, como los riesgos de los niños en torno a medios digitales, tales como la explotación sexual, el acoso por adultos y la exposición a contenidos nocivos. La investigadora Sonia Livingstone ha estudiado el uso que los niños de diversos lugares del mundo hacen de las tecnologías de la información y de la comunicación, desde la perspectiva del Enfoque de Derechos. Asimismo, y en conjunto con otros investigadores ha destacado

tanto las oportunidades como los riesgos que las redes suponen para el público infantil, siempre concibiendo a los niños como sujetos activos y también como ciudadanos del presente (Livingstone & O'Neill, 2014 y Livingston, Stoilova, & Nandagiri, 2019). En el estudio realizado en varios países de Europa, llamado *EU Kids Online* se realiza una relación de los países respecto de riesgos y oportunidades. En la siguiente Tabla 1 con información que entregan Livingstone y Haddon (2009) se describen los roles que toman los niños en el uso de las tecnologías y que muestran su actitud activa:

Tabla 1. Empoderamiento online: niños como receptores, participantes y actores			
	Child as recipient (online content)	Child as participant (online contact)	Child as actor (online conduct)
Education, learning and literacy	Educational resources	Contact with others who share one's interests	Self-initiated or collaborative learning
Participation and civic engagement	Global information	Exchange among interest groups	Concrete forms of civic engagement
Creativity	Diversity of resources	Being invited/inspired to create and participate	User-generated content creation
Identity and social connection	Advice (personal, health, sexual, etc.)	Social networking, shared experience with others	Expression of identity

Fuente: Livingstone & Haddon, 2009.

En la versión 2020 de *EU Kids Online*, realizado en 19 países europeos Smahel, Machackova, Mascheroni, Dedkova, Starksrud, Ólafsson, Livingstone, y Hasebrink (2020) constataron algunos cambios respecto de la medición anterior, como que, ante un mayor acceso de niños a los entornos digitales, proporcionalmente hay alguna disminución respecto de la percepción de riesgos, pero tampoco se han producido avances muy significativos en la adquisición de competencias educomunicativas:

Some of these changes –most notably, in the extent of children's digital access and use, and in the proportion of online risks that children encounter and report to be upsetting– call for urgent interventions in policy and practice. At the same time, the slow pace of improvement in children's levels of digital skills or their enjoyment of online opportunities (especially those that include creative, civic, and participatory activities) is also concerning. For this reason, as in all work, we urge that attention to the risk of harm does not obscure the imperative to ensure that children's benefit fully and fairly from society's widespread adoption of all things digital (p.136).

Carmen Madriñán, directora ejecutiva de ECPAT (la ONG *End Child Prostitution, Child Pornography and Trafficking of Children for Sexual Purposes*), en el libro de Muir (2003, p. 4) describe las preocupaciones que la tecnología representa, por ejemplo, por la posibilidad de abusar sexualmente a los niños en línea, con la participación de múltiples personas conectadas a distancia. Otra preocupación es por la normalización de estos abusos como conductas sexuales apropiadas. Madriñán señala que se sugieren medidas que respondan al compromiso de múltiples actores y niveles, educación, rol de los proveedores de tecnologías, concienciación de los cuidadores de niños:

As will be seen, the recommendations of this report are wide-ranging and multi-level and require actions from all sectors of society. They include education programs for young people and their parents and guardians; the development and delivery of therapeutic and other forms of care specific to these forms of

violence; the promotion and use of codes of conduct for Internet service providers; assessment of impacts on children in all ICT research and development programs; and the convening of a global multi-stakeholder body for protecting children in relation to new ICTs.

Crescenzi Lanna, Valente y Suárez Gómez (2019) citan a Livingstone, Mascheroni y Staksrud al señalar que «la mediación de los educadores es un primer factor determinante para limitar los potenciales riesgos que conlleva el uso de tecnología *online*» (p. 94). Los autores ampliar el concepto de la protección de las infancias frente a los recursos digitales a una dimensión multidimensional que incluya no sólo los riesgos, sino las potencialidades educativas. Consideran que la actual definición de protección es deficitaria en tanto se define por ausencia (que no existan determinadas amenazas) y «porque no presta atención a la adecuación de las características de las *apps* a su *target*» (p. 95). Crescenzi, et. al, 2019 proponen situar a los niños como algo más que sujetos de protección y destacan cinco factores a considerar al seleccionar recursos digitales para potenciar las competencias tanto de los docentes como de los alumnos: el primero es el uso de mecanismos de seguridad de la red y de información de las aplicaciones. El segundo factor son las «herramientas de adaptación» (p. 100) que permita la accesibilidad de personas con discapacidades. En tercer lugar, los autores consideran el acceso a largo plazo de contenidos estereotipados o indeseables. En cuarto término, proponen considerar los conocimientos previos de los niños para adecuar los juegos según edad y finalmente, considerar los componentes verbales, ya que muchas veces se hace necesario leer instrucciones o indicaciones, lo que no es apropiado para el público de menor edad.

Livingstone (2020) ha sostenido a lo largo del tiempo la importancia de que los Estados (que son garantes de los Derechos) y la industria trabajen colaborativamente en el resguardo de la infancia en el entorno digital, con las dificultades, conflictos de interés y desafío que ello supone. Para ello, la autora plantea 14 puntos prácticos, entre los que destacan varios aspectos relacionados con la adquisición de habilidades comunicativas en distintos actores. Por ejemplo, propone la capacitación de todos los profesionales que trabajan con las infancias respecto de los riesgos y oportunidades que ofrece el mundo digital. Del mismo modo, capacitar a los cuidadores y padres para potenciar su capacidad crítica, empoderar a los jóvenes como mentores y «embajadores» en apoyo de sus pares. Otro ámbito tiene que ver con que todos los actores que operan en entornos virtuales apliquen el criterio de bienestar de los niños. En la misma línea habría que fundamentar las acciones para proteger a los niños, sin violar otros derechos para acceder a las tecnologías. En otro aspecto relacionado con los datos, la autora sugiere acceder a datos que permitan detectar inequidades, establecer mecanismos de evaluación y resguardo de la información, alejando fines comerciales.

1.1.3. Situación de las infancias en Chile desde el enfoque de Derechos

Como antecedentes, cabe destacar que Chile participa de la preocupación mundial por los temas de infancia desde fines del siglo XIX. Es así como el país ratifica el primer acuerdo de naciones orientado a la protección de los niños, en 1924 en su génesis multilateral. Gabriela Mistral, poetisa y profesora chilena ganadora del Nobel realizó una ponencia en el Primer Congreso Internacional de Maestros en 1928 en la que resume y expresa bellamente su visión sobre los derechos de la infancia, tocando temáticas que son pertinentes aún hoy en día (Mistral, 1979, p. 62):

La infancia servida abundante y hasta excesivamente por el Estado, debería ser la única forma de lujo –vale decir, de derroche– que una colectividad honesta se diera, para su propia honra y propio goce. La infancia se merece cualquier privilegio. Yo diría que es la única entidad que puede recibir sin rezongo de los mezquinos eso, tan odioso, pero tan socorrido de esta sociedad nuestra, que se llama el privilegio y vivir mientras sea infancia, se entiende, en un estado natural de acaparamiento de las cosas excelentes y puras del mundo, en el disfrute completo de ellas. Ella es una especie de préstamo de Dios hecho a la fealdad y a la bajeza de nuestra vida, para excitarnos, con cada generación a edificar una sociedad más equitativa y más ahincada en lo espiritual.

Cuanto se ha hecho hasta hoy dentro de nuestros sistemas por salvar a la infancia en conjunto de la miseria y la degeneración, aun por los mejores, resulta pobre, vacilante y débil, y es un balbuceo. Habría que tentar iniciativas más totales y valerosas, yo diría más radicales, en el limpio sentido de la palabra. No se resuelve el problema de la infancia sin resolver en su mitad el problema social.

En coherencia con el fenómeno mundial, que pasó de contar con iniciativas particulares de caridad a un modelo de protección estatal normado por leyes, desde el inicio del siglo XX Chile avanzó en la promulgación de marcos legales para la protección de los niños en situación de vulnerabilidad. Según se reseña en la Política Nacional de Infancia:

En el año 1912 se promulgó la Ley de Protección a la Infancia Desvalida, que brindó nuevas facultades al Estado para los casos de niños y niñas abandonados por sus padres. El punto culmine de este debate se logra con la promulgación de la Ley de Menores de 1928 que limitó la autoridad de los padres al brindar facultades a los Tribunales de Menores para resolver las medidas a aplicar a los niños y niñas (Consejo Nacional de la Infancia, 2015, p. 30).

A mediados del siglo XX se avanzó en resolver problemas asociados a la pobreza, considerados como parte de factores estructurales. Se produjeron importantes cambios a través de la reforma agraria que modificaron la composición urbana y rural del país. Se buscó mejorar los indicadores sanitarios que afectaban gravemente a la población infantil, por ejemplo, aquellos referidos a malnutrición. La reforma educativa que se desarrolló en 1965 fue probablemente el hito más relevante en la extensión de la cobertura educativa a todos los rincones del país, con la construcción masiva de

escuelas urbanas y rurales. En 1973 con la interrupción democrática se frenó en parte el desarrollo sostenido y las pretensiones de cambio hacia un modelo más equitativo. En el período de la dictadura, con la adopción plena de un sistema de mercado se tomaron políticas subsidiarias, que el Consejo Nacional de la Infancia describe de la siguiente manera (Consejo Nacional de la Infancia, 2015, p. 31):

Entre los años 1973 y 1989, la acción social del Estado se centró en la entrega de subsidios estatales para los sectores en situación de pobreza, cuyas necesidades básicas no eran cubiertas por el mercado. Se creó la Ficha Comité de Asistencia Social (CAS), orientada a focalizar las prestaciones estatales; además de las Instituciones de Salud Previsional (ISAPRES) y las Administradoras de Fondos de Pensiones (AFP). En el año 1979 se municipalizó la administración de establecimientos educacionales y se creó el Servicio Nacional de Menores (SENAME) iniciando el proceso de entrega a organizaciones privadas, de la mayoría de la oferta de atenciones para los niños, niñas y adolescentes considerados menores en situación irregular.

Uno de los hitos simbólicos de la recuperación democrática es la ratificación de la convención de los Derechos del Niño, que en Chile se produce en 1990. Muchas de las situaciones a las que refería Gabriela Mistral han mejorado considerablemente, si bien persisten ámbitos en los que la situación de la infancia en el país debe modificar considerablemente. Según se señala en la Política de Infancia: (Consejo Nacional de la Infancia, 2015, p. 43):

El camino recorrido muestra un proceso con avances significativos. Se cuenta con políticas sociales consolidadas en diversas materias; mayor acceso a educación, salud y vivienda; y una sociedad más abierta y participativa. En materias de niñez y adolescencia se exhiben adecuados niveles de supervivencia y, paulatinamente, se está avanzando en dimensiones más integrales del desarrollo. Vale decir, Chile tiene una base estructural para dar un salto cualitativo, instalando la perspectiva de derechos en sus políticas públicas, y específicamente para que exista un ejercicio efectivo de los derechos de los niños, niñas y adolescentes que habitan el país.

Según la encuesta realizada por Centro de Estudios de la Niñez. (2012) en la que niños y niñas entre 12 y 17 años expresaron sus opiniones sobre los Derechos Humanos, existe en este grupo un fuerte apego a la idea de la democracia:

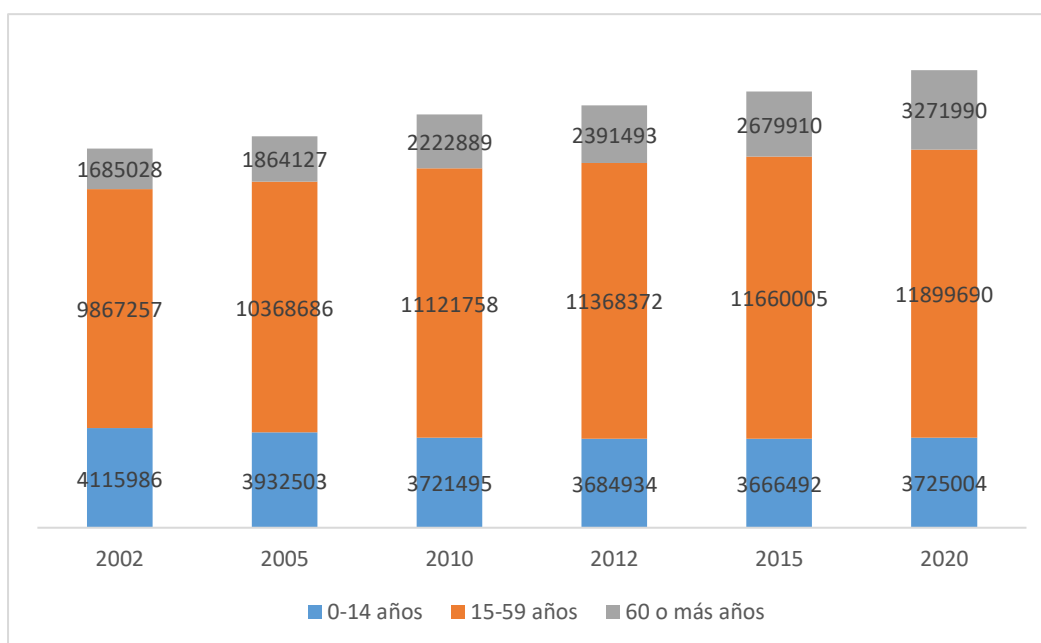
La asimilación de conceptos que los niños/as y adolescentes establecen entre Derechos Humanos y democracia se plasma en el amplio consenso sobre las garantías que esta última ofrece para el pleno ejercicio de los derechos de las personas. Al respecto, el 82,6% apunta a la democracia como el sistema en el cual se respetan los Derechos Humanos, y por el contrario, el 89,7% menciona los regímenes dictatoriales como aquellos en los cuales no se respetan. Estos resultados sugieren que para los entrevistados/as existe una nítida oposición entre los conceptos de democracia, como el imperio de los derechos, y dictadura, como la subordinación de los ciudadanos al Estado, ejerciendo este último el uso sistemático de la fuerza.

1.1.3.1. Mirada a la demografía y a los índices de Bienestar

La situación de la infancia en Chile, desde la perspectiva de Derechos se construye sobre la base de información recabada por Consejo Nacional de la Infancia, organismo consultivo estatal encargado del Monitoreo de la implementación de la CDN en el país. Esta institución sistematiza el estado de los Derechos de la Infancia en el país recopilando información de los diversos servicios, planes y programas públicos, a través de indicadores que permiten ver el avance de los 25 Derechos contenidos en la Convención.

Para describir el estado actual de la infancia en Chile, habría que señalar que en los últimos veinte años la estructura demográfica se ha modificado en Chile. Así como Carlsson (2011) puntualiza que en el mundo los niños y jóvenes corresponden a un tercio de la población mundial y que de ellos más de la mitad vive bajo la línea de la pobreza. Según indica Instituto Nacional de Estadísticas (2014), los más de 4 millones 115 mil niños, niñas y adolescentes en 2002 correspondían al 26,3% de los habitantes de Chile, hoy en 2020, son el 19,7% de la población del país, como se aprecia en la Figura 1. La distribución de la población infantil no es homogénea en el territorio nacional. Si bien la población del país está concentrada en el centro en las grandes urbes metropolitanas –Santiago, el gran Valparaíso y el gran Concepción–, son las zonas del norte chileno las que tienen una mayor proporción de niños, respecto del promedio del país (Consejo Nacional de la Infancia, 2017a, p. 3).

Figura 1. Distribución de la población, según edad 2002-2020



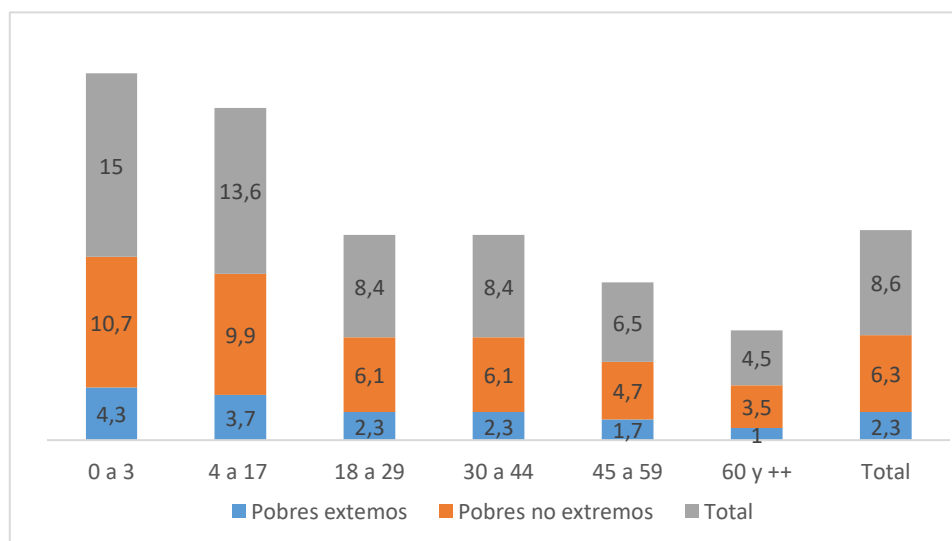
Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas, 2013.

También se ha producido una disminución de hogares con presencia de NNA. Entre 1990 y el año 2015 «se observa un aumento en el número de hogares sin menores de 15 años, desde un 9,1% en 1990 a un 14,0% en 2015» (Ministerio de Desarrollo Social, 2017, p. 5). Asimismo, la composición de dichos hogares ha cambiado, ya que hoy existen menos familias biparentales y han aumentado las monoparentales.

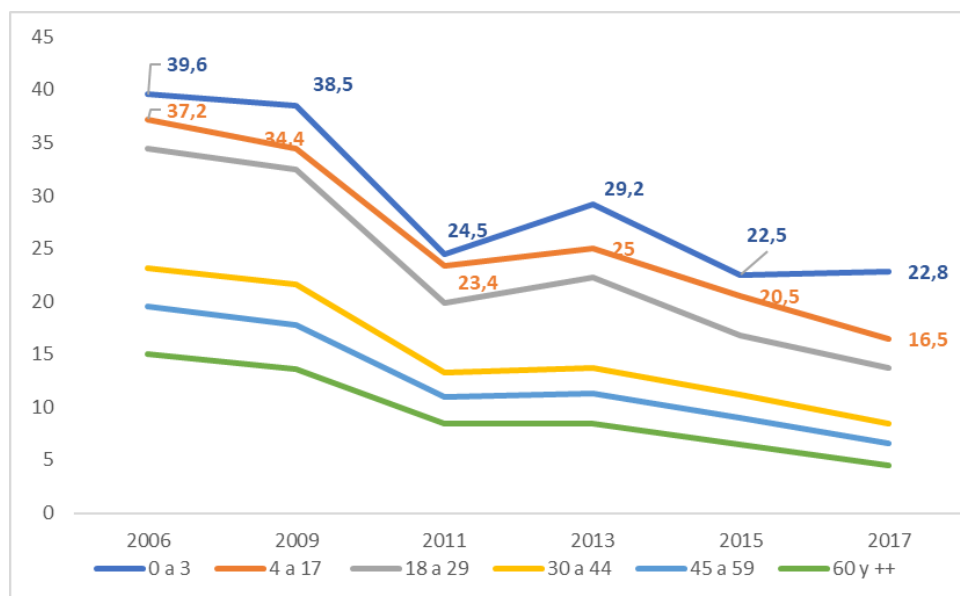
Respecto de los índices de Bienestar: pobreza, educación, salud y habitabilidad, desde el retorno a la democracia se han implementado políticas públicas sectoriales y territoriales. Chile ha logrado posición privilegiada en el entorno latinoamericano, contando con cifras positivas en la mayoría de sus indicadores país respecto de la infancia. Sin embargo, al realizar la comparación con los países de la OCDE, grupo al que pertenece desde 2010, las cifras no resultan tan alentadoras, quedando mucho por hacer para contar con una sociedad más justa e inclusiva para la infancia.

Al hacer un repaso sintético por los principales indicadores, el resultado más importante es la sostenida disminución de la Pobreza en los últimos veinticinco años, sin embargo, hay que precisar que la población de menor edad es la más vulnerable, ya que disminuye conforme la edad aumenta. Como se ve en la Figura 2, la pobreza alcanza al 8,6% de la población promedio del país, la pobreza extrema afecta al 2,3% de la población. Los niños y niñas menores de tres años son el grupo más afectado: 15% de los niños de esa edad están en condición de pobreza, siendo 4,3% de ellos catalogados como pobres extremos. El 13,6% del segmento entre 4 y 17 años está en situación de pobreza.

Figura 2. Incidencia de la pobreza y de la pobreza extrema, por edad, 2017



Fuente: Ministerio de Desarrollo Social, 2018.

Figura 3. Porcentaje de población en situación de pobreza, según edad 2006-2017

Fuente: Ministerio de Desarrollo Social, 2018.

La pobreza se ha reducido entre 2006 y 2017, según registra la Encuesta Casen. Como es posible ver en la Figuras 2 y 3, la pobreza es mayor en los grupos de menor edad. En el grupo entre los 0 y 3 años –el grupo con mayor nivel de pobreza– ha disminuido la de 39,6% a 22,8 %. En el segmento de 4 a 17 años la disminución ase produjo del 37,2% de ese grupo etario a 16,2%, entre los años señalados.

Respecto de la dimensión territorial, la niñez más pobre se ubica en la región de La Araucanía, en la que existe un importante componente de población rural e indígena. La más acomodada está en la región minera de Antofagasta, en el norte de Chile.

En el campo de la Educación, en Chile están garantizados 13 años de educación obligatoria. Respecto de la oferta pública, el país cuenta con un sistema de educación gratuito, que está orientado a la población más vulnerable y que provee a los estudiantes garantías como alimentación, útiles escolares y otros beneficios. Para la educación de párvulos la oferta es gestionada por los jardines infantiles de pertenecientes a la Junta Nacional de Jardines Infantiles, JUNJI y la Fundación Integra. La tasa neta de asistencia escolar alcanzó 29,1% en el grupo entre 0 y 3 años, lo que requiere más énfasis en la construcción de Salas Cuna y jardines infantiles. En el segmento siguiente, entre los 4 y 5 años el 90,1% está escolarizado (Ministerio de Desarrollo Social 2015, p. 39). Existe una brecha respecto de los países OCDE, donde el promedio de cobertura alcanza más del 70% (Consejo Nacional de la Infancia, 2015, p. 46), por lo que el desafío es ampliar la matrícula y el acceso de los niños más pequeños, a través de la construcción de más establecimientos a lo largo del país.

A nivel de educación básica y secundaria, existe una red de establecimientos municipales, que se encuentran en pleno proceso de reforma para pasar de la dependencia desde los gobiernos comunales a la gestión de sistemas provinciales, dependientes del Ministerio de Educación. Se pretende fortalecer la educación pública,

fomentar la inclusión y eliminar brechas como el copago y la selección de estudiantes según sus capacidades económicas. Cabe señalar que esta situación de Reforma Educativa impulsada bajo el último gobierno de Michelle Bachelet obedece a la desigualdad en la capacidad en el manejo de los recursos entre las diferentes alcaldías, lo que ha significado un importante deterioro y caída en la matrícula de los establecimientos municipales, de 61,1% en 1990 a sólo 40,3% en 2015, según datos de Encuesta CASEN (Ministerio de Desarrollo Social, 2015, p. 58).

Existen también avances en los indicadores respecto de la asistencia escolar en todos los niveles: parvularia, básica y media. En la educación básica, entre los 6 y los 13 años, la asistencia llega al 91,5% y en educación media al 73,6% (Ministerio de Desarrollo Social 2015, p. 39).

Pese a alta cobertura y asistencia, algunos indicadores internacionales como la medición internacional PISA demuestran que el desafío actual es mejorar la calidad en todos los niveles.

En el ámbito de la Salud hay indicadores variados, algunos muy positivos como la baja de la tasa de mortalidad y la disminución de las tasas de embarazo adolescente. Sin embargo, en concordancia con las problemáticas de los países desarrollados, hay un alza en la tasa de malnutrición por exceso y en el consumo de drogas entre los más jóvenes (Consejo Nacional de la Infancia, 2017a, p. 6). Cabe considerar que en este ámbito indicadores presentan una gran variación entre los quintiles de mayores y menores ingresos, especialmente en materias como el embarazo adolescente: 39% niños y niñas que son hijos de madres menores de 18 años pertenecen al primer quintil, versus el 4,4% del quinto quintil (Consejo Nacional de Infancia, 2015, p.47).

Respecto de las condiciones de Habitabilidad, los logros en vivienda han mejorado la calidad de vida de los NNA. Según la encuesta CASEN 2013, 59% de los niños habita viviendas propias de sus familias, el 78,4% de los niños vive en hogares sin problemas de hacinamiento. Pese a ello hay un importante sesgo socioeconómico en este último dato considerando que 65,8% en los hogares del primer quintil viven hacinado, mientras el 95,9% del quinto quintil vive en ese estado.

El acceso a servicios básicos ha experimentado notables mejoras, si bien las condiciones siguen mostrando una tremenda desigualdad respecto de los ingresos familiares. El 95,2% de los hogares del país accede a agua potable, el 99,6% de los hogares tiene acceso a electricidad y 86,3% cuenta con alcantarillado, según la medición de la encuesta CASEN de 2013 (Consejo Nacional de la Infancia, 2015, p. 40).

1.1.3.2. Avances legales y pendientes

Respecto de los marcos legales, es posible señalar que con los gobiernos democráticos se ha adelantado en distintas áreas prioritarias, tanto en la ratificación de las normas internacionales, como en la articulación de las políticas públicas necesarias para una plena adopción de los principios de la Convención por parte del Estado chileno. En la siguiente Tabla 2 se sistematizan avances en diversos sectores:

Tabla 2. Avances legales en materia de infancia, según ámbitos sectoriales	
Familia	
Eliminación de la distinción entre niños según su nacimiento dentro o fuera del matrimonio, y adecuación de normas que regulan distintas áreas del desarrollo infantil, que modifica el Código Civil y otros cuerpos legales en materia de filiación (Ley 19.585 de 1998).	
Normas orientadas a prevenir, sancionar y erradicar la violencia intrafamiliar y otorgar protección a las víctimas (Ley 20.066 de 2005).	
Instalación del Subsistema de Protección Integral a la Infancia, Chile Crece Contigo (Ley 20.379 de 2009).	
Fortalecimiento de la protección a la maternidad, extensión del post natal para las madres e incorporación del permiso post natal parental (Ley 20.545 de 2011).	
Educación	
Reforma constitucional que establece la obligatoriedad y gratuidad de la educación media (Ley 19.876 de 2003).	
Instalación de un Sistema Nacional de Aseguramiento de la Calidad de la Educación que abarca la educación parvularia, básica y media y su fiscalización (Ley 20.529 de 2011).	
Normas de promoción de la buena convivencia escolar y de prevención de toda forma de violencia en las escuelas (Ley 20.536 de 2011).	
Reforma constitucional que establece la obligatoriedad del segundo nivel de transición y crea el sistema de financiamiento gratuito desde el nivel medio menor (Ley 20.710 de 2013).	
Ley que crea la Subsecretaría de Educación Parvularia, y la Intendencia de Educación Parvularia (Ley 20.835 de 2015).	
Ley que crea la autorización de funcionamiento de establecimientos de Educación Parvularia (Ley 20.832 de 2015).	
Ley de inclusión escolar que regula la admisión de los y las estudiantes, elimina el financiamiento compartido y prohíbe el lucro en establecimientos educacionales que reciben aporte del Estado (Ley 20.845 de 2015).	
Justicia y Trabajo	
Desarrollo de un sistema especializado de justicia en materia de familia que crea los Tribunales de Familia (Ley 19.968 de 2004).	
Legislación especial sobre responsabilidad penal adolescente (Ley 20.084 de 2005).	
Establecimiento de normas sobre igualdad de oportunidades e inclusión social de personas en situación de discapacidad, con especial foco en niñez y adolescencia (Ley 20.422 de 2010).	
Modificaciones al Código del Trabajo que establecen regulaciones al trabajo de menores de edad, prohibiendo a los menores de 18 años todo trabajo nocturno en establecimientos industriales y comerciales (Ley 20.539 de 2011).	
Ley 21.013 del 6 de junio de 2017 tipifica un nuevo delito de maltrato y aumenta la protección de personas en situación especial.	
Salud	
Ley de Régimen de Garantías en Salud (GES) que crea resguardos explícitos en salud, conjunto de beneficios garantizados por ley para personas afiliadas a FONASA e ISAPRES (Ley 19.966 de 2004).	
Sanción del acoso sexual infantil, pornografía y posesión de material pornográfico infantil (Ley 20.526 de 2011).	
Establecimiento de inhabilidades de condenados por delitos sexuales contra niños, niñas y adolescentes (Ley 20.594 de 2012).	
Ley SANNA de seguro para padres y madres para el acompañamiento de los hijos con enfermedades graves. (Dic 2017)	
Legislación Internacional	
Tipificación del tráfico y trata de personas como delito, estableciendo normas para su prevención y una persecución criminal más efectiva (Ley 20.507 de 2011).	
Ratificación de los Protocolos Facultativos de la Convención sobre los Derechos del Niño relativos a la Participación de Niños en los Conflictos Armados (2003), a la Venta de Niños, a la Prostitución Infantil y la utilización de niños(as) en la Pornografía (2003) y, a la aprobación del Protocolo Facultativo relativo a Comunicaciones Directas (2015).	

Fuente: Elaboración propia con datos Consejo Nacional de la Infancia, 2015.

Las iniciativas legislativas que impulsa el Consejo Nacional de la Infancia se enmarcan en el gran objetivo de conseguir una actuación del Estado de Chile integrada, sistémica, horizontal y vertical.

La integración de los fragmentos se logra a través de la institucionalización, mediante una ley marco, que posibilita la creación del Sistema de Garantías de Derechos de la Niñez, formado por todas las instituciones del Estado, que en el

ámbito de sus competencias tienen responsabilidades en las garantías para hacer efectivo universalmente el ejercicio de todos los derechos (web del Consejo Nacional de la Infancia).

En términos administrativos se ha avanzado en dos aspectos fundamentales: la creación de la Defensoría de los Derechos de la Niñez a través de la Ley 21.067 y que inició sus funciones en junio de 2018. El organismo público y autónomo «...tiene como objeto la protección, promoción y difusión de los derechos de los niños, niñas y adolescentes» (Defensoría de la Niñez, 2019, p. 21). El segundo avance es la creación de la Subsecretaría de la Niñez, dependiente del Ministerio de Desarrollo Social y Familia, cuyo objetivo es «objetivo otorgar al Estado una institucionalidad en materia de coordinación de los servicios públicos encargados del planteamiento e implementación de las políticas públicas dirigidas a la protección y garantía de los derechos de los niños» (web Consejo Nacional de la Infancia).

Otros proyectos en materia legal se encuentran en trámite en ambas Cámaras del poder legislativo. El Ejecutivo ha dado urgencia a dichos proyectos para que ambas Cámaras puedan ver antes del receso legislativo de febrero y que ellos sean discutidos antes del cambio de gobierno en marzo de 2018. Los proyectos en discusión son:

- Creación del Sistema de Garantías del Derecho de la Niñez, que fue aprobado en el segundo trámite constitucional en la comisión de Infancia del Senado. «Tiene pendiente la aprobación en particular en Comisión Especial de Infancia del Senado; aprobación en la Comisión de Hacienda de la Cámara alta y su posterior aprobación en sala» (web Consejo Nacional de la Infancia).
- Servicio Nacional de protección especializada de derechos de la niñez y Servicio Nacional de reinserción social juvenil. El actual SENAME verá modificada su estructura para tratar de manera separada a los NNA en protección social y a aquellos en casos vinculados a Justicia Juvenil. Se intenta promover en el primer caso medidas alternativas que fomenten el apego con las familias de origen (extendidas) y en el segundo, garantizar la reinserción. Ambos proyectos están en una fase de discusión inicial en su primer trámite constitucional.

A la vez que logros, existen importantes desafíos. La Política Nacional de Infancia los sintetiza 4 ámbitos: «Desigualdad, Violencia hacia los NNA, Participación e Institucionalización y Gestión Pública» (Consejo Nacional de la Infancia 2015, p. 44):

- *Desigualdad.* La distribución del ingreso en Chile es uno de los factores de mayor inequidad social, afectando todos los ámbitos de la vida de NNA: salud, vivienda, educación y otros, que sólo logran equilibrarse mediante una intensa batería de políticas públicas. Según cita la Encuesta de Calidad de Vida «las diferencias en el rezago del desarrollo son de 12,8 puntos entre los niños, niñas y adolescentes de las familias del primer y quinto quintil» (Consejo Nacional de la Infancia, 2015, p. 46). Asimismo, hay sectores de la infancia que viven más fuertemente los efectos de la desigualdad: sectores migrantes, indígenas, personas con discapacidad y minorías sexuales.

- *Violencia contra los NNA.* Así como otros grupos vulnerables, los niños, niñas y adolescentes sufren de distintas formas de violencia. Según señala el Consejo Nacional de la Infancia, muchas de ellas obedecen a prácticas culturalmente instaladas en la sociedad. Si bien existe una reducción en el maltrato infantil y en las tasas de víctimas de abuso sexual y de violación; así como en los «indicadores vinculados a la no discriminación, medido por la Encuestas Nacional de la Juventud y una baja moderada en la tasa de NNA ingresados en sistemas de cuidado alternativo de la red de SENAME» este es un aspecto donde cada punto porcentual representa una ruptura en la vida de un niño, niña o adolescente. En 2017 se aprobó el marco legal que Ley Núm. 21.013 del 6 de junio de 2017 tipifica un nuevo delito de maltrato y aumenta la protección de personas en situación especial (NNA, adultos mayores, personas con discapacidad), cuya aplicación se sumará a una serie de otras acciones para reducir la violencia escolar y en los contextos familiares. Mención aparte merece la situación de los niños internados por medidas especiales de protección y en el ámbito de Justicia Juvenil, cuya institucionalidad, el Servicio Nacional de Menores, SENAME, se escindirá en dos servicios distintos.
- *Participación.* Uno de los aspectos pendientes es lograr que la opinión de niños, niñas y adolescentes sea escuchada y tenga incidencia en los diferentes ámbitos. Encuestas revelan que los niños entre 5 y 8 años participan escasamente en organizaciones sociales. Sólo 37% participa de grupos religiosos, deportivos y recreativos. En el grupo entre 9 y 17 años la cifra aumenta a 49,6%, según cifras del Ministerio de Desarrollo Social (Ministerio de Desarrollo Social, Ministerio del Trabajo y Previsión Social y OIT, 2012).
- *Institucionalidad pública.* Además de los avances legales mencionados, es necesario profundizar en la articulación intersectorial para mirar la infancia desde la integralidad y en todos los niveles: local, regional nacional y en los sectores públicos y privados.

A este respecto, la Política Nacional de Infancia 2015-2025 parte desde el Enfoque de Derechos de los NNA, pero declara que este se complementa con otros enfoques como: «Curso de Vida, Enfoque Intercultural y De Género» (Consejo Nacional de la Infancia, 2015, p. 56). Ellos se describen brevemente a continuación:

- *Enfoque de Derechos.* Se considera a los NNA como sujetos de derecho y todo lo que ello implica: su competencia para ejercer cada uno de ellos, de acuerdo con su edad y sin importar su condición. Cabe al Estado la responsabilidad de garantizar las condiciones para un correcto ejercicio de dichos Derechos en condiciones de igualdad, así como «prevenir, sancionar y reparar toda vulneración de los mismos» (Consejo Nacional de la Infancia, 2015, p. 56). Del mismo modo, el estado garante de los derechos de los NNA debe formular las políticas públicas adecuadas para la promoción de los derechos.
- *Enfoque de Curso de Vida.* Este enfoque considera a los niños en su maduración y desarrollo individual desde el momento del nacimiento hasta la mayoría de edad «disponiendo garantías y prestaciones flexibles, pertinentes, oportunas y basadas en evidencia, con el objeto de facilitar el despliegue del potencial de desarrollo de cada niño, niña y adolescente» (Consejo Nacional de la Infancia, 2015, p. 57). Según se

señala en la Política Nacional este enfoque es fundamental para implementar conceptos fundamentales de la CDN como la autonomía progresiva.

- *Enfoque Intercultural.* Se reconoce a la sociedad como diversa y multicultural, con diferentes identidades étnicas, religiosas, idiomáticas, etc. Dichas identidades deben ser respetadas bajo este enfoque y se debe promover el respeto y la inclusión.
- *Enfoque de Género.* «La incorporación del Enfoque de Género responde al desafío de implementar una política basada en derechos que considere de manera simultánea la equidad de género y los derechos de los niños, niñas y adolescentes» (Consejo Nacional de la Infancia, 2015, p. 61).

1.1.3.3. Los temas de los niños y niñas según ellos mismos

En 2015 se inauguró un proceso de consulta y participación de NNA, llamada *Yo opino, es mi derecho*. Realizada tanto en el ámbito escolar, como al alero de otras organizaciones sociales y territoriales —en la consulta han participado más de dos millones de niños y niñas de todo el país entre los 4 y los 18 años—, expresando sus opiniones sobre temas que los afectan directamente (Consejo Nacional de la Infancia, 2017b, p.3).

En la consulta de 2015, con el lema *Niños, niñas y adolescentes construimos el país que soñamos*, participaron 831.434 niños entre 4 y 18 años, distribuidos en grupos según edad y curso, incluyendo aquellos de nivel parvulario Nivel de Transición 1 (NT1) y Nivel de Transición 2 (NT2). «Para los grupos A y B, la metodología consistió en cuentos contruidos especialmente para el Yo Opino, que permitían conversar sobre sus derechos. Para los grupos C y D se construyeron grillas para guiar la conversación de los estudiantes» (Consejo Nacional de la Infancia, 2016, p.2).

Tabla 3. Grupos participantes Yo Opino es mi derecho 2015, según edad			
Grupo A	Grupo B	Grupo C	Grupo D
(4 a 7 años)	(8 a 10 años)	(11 a 14 años)	(15 a 18 años)
NT1 (Ed. Parvularia)	2º Básico	5º Básico	1º Medio
NT2 (Ed. Parvularia)	3º Básico	6º Básico	2º Medio
1º Básico	4º Básico	7º Básico	3º Medio
		8º Básico	4º Medio

Fuente: Elaboración propia con datos Consejo Nacional de la Infancia, 2016.

Los resultados recopilados por el Observatorio Niñez y Adolescencia (2014) sirvieron como insumo a la construcción de la Política Nacional de Infancia 2015-2025, a partir de los derechos que los niños más demandan que sean respetados, difundidos y considerados por los agentes garantes de ellos, como los adultos, la sociedad civil y los medios de comunicación. En la Figura 4 se muestran los derechos más interpelados por los niños, siendo el Artículo 12, derecho a expresar su opinión en asuntos que les afectan el más mencionado con por 63% de los consultados. Otro que tiene un alto grado de respuesta es el artículo 15 la libertad de asociación y participación (50,6%).

Según describe el Consejo Nacional de la Infancia los resultados de esa consulta son los siguientes (2017b, p.2):

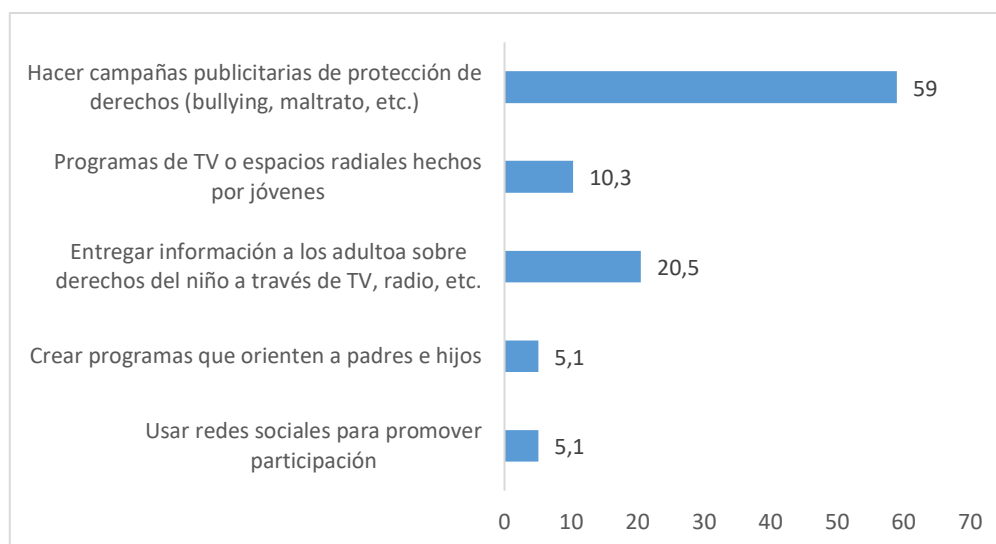
Las demandas que surgieron como resultado del proceso deliberativo fueron la necesidad de reconocimiento a los NNA, de validar sus opiniones y valorar su capacidad para tomar decisiones. Así mismo, los niños, niñas y jóvenes expresaron como demanda contar con una mayor generación de espacios de comunicación con los adultos y también entre sus pares; generar vínculos más amigables, fomentar valores como la solidaridad, el respeto y la buena convivencia, entre otros.

Figura 4. Derechos mencionados Yo Opino, es mi derecho, 2015



Fuente: Consejo Nacional de la Infancia, 2016.

En la consulta 2015 los NNA interpelan directamente a los garantes de derechos, como sus padres y profesores, pero también a los garantes corresponsables que son la sociedad civil y los medios de comunicación. Respecto de estos últimos, los niños les demandan acciones concretas en apoyo a la difusión de sus derechos a través de campañas y programas. También los chicos consideran la creación de programas hechos por ellos mismos, reconociendo su rol como productores de mensajes hacia la comunidad. Aguaded y Sánchez Carrero, 2013, consideran que el público infantil se siente empoderado al compartir sus producciones a través de los medios digitales, lo que constituye una oportunidad de aprendizaje.

Figura 5. Interpelación de los niños y niñas a los medios de comunicación, 2015

Fuente: Consejo Nacional de la Infancia, 2016.

En 2016 *Yo Opino es mi Derecho* se centró en aspectos del ejercicio de la ciudadanía. Los resultados se resumen de la siguiente forma (Consejo Nacional de la Infancia, 2017b, p.3):

Los derechos que fueron debatidos varían en relevancia según las edades, por ejemplo, entre los niños de menor edad es importante la vida en familia y la protección; mientras, que a mayor edad se priorizaron los derechos vinculados a la autonomía personal, el respeto a la vida privada, a ser escuchado y no discriminado.

En cuanto a los valores relevados por los participantes, destaca la igualdad y no discriminación por origen social, étnico o cualquier otro. Sobre las responsabilidades se advierte con claridad que los NNA valoran el respeto a los otros y no afectar los derechos de los demás con sus acciones. En relación con las instituciones, las de mayor valoración son los centros educativos y de salud.

La consulta de 2017 se orientó a que debatieran los 17 Objetivos de Desarrollo sostenible con el lema: *Cambiar, para que cambie el mundo*. En este proceso grupos de distinta edad (desde párvulos a Enseñanza Media) discutieron y consensuaron los temas más relevantes. El Objetivo de Desarrollo Sostenible considerado como más importante fue el Fin de la pobreza, en todos los grupos etarios:

Para todos los grupos, el problema u OSD referido a Personas considerado más relevante a nivel individual es el *Fin de la pobreza*, llegando en todos los grupos a un porcentaje superior al 25%. En el caso de los grupos A (NT1 a 2º básico) y B (3º y 4º básico), el segundo problema u ODS más relevante es *Paz y Justicia* con menciones sobre 20%, mientras que los grupos C y D es *Salud y Bienestar* (con menciones superiores al 15%). Por su parte, el problema u ODS referido a Educación de Calidad es la tercera prioridad en el grupo D (8º a 4º medio) con un 16,4% mientras que en los grupos A, B y C es uno de los ODS menos priorizados (Consejo Nacional de la Pobreza, 2017c, p. 30).

1.2. CRISIS Y OPORTUNIDADES EN LA TRANSICIÓN A LA TV DIGITAL Y LA MULTIPANTALLA

La literatura científica ha abordado una amplia gama de los temas vinculados al desarrollo e implementación de la TV digital en el mundo: la transición desde el modelo analógico; los cambios al sistema tradicional de medios –especialmente para la televisión pública– y la oportunidad para aumentar el pluralismo y la diversidad en las pantallas. Como señala Francés (2014) la introducción de la TDT en el mundo es un proceso actualmente en desarrollo. Ha sido transitado en forma desigual por los países y no ha estado exento de debate, oscilando la discusión entre la crisis y la oportunidad.

La dimensión tecnológica fue uno de los primeros aspectos abordados, desde fines del siglo pasado. La primera cuestión estuvo centrada en los estándares a adoptar y en los interminables procesos de lobby con que se dieron a conocer y se exportaron. Este tema en apariencia sencillo significó un largo debate para los Estados, muchos de los cuales cambiaron sus estándares con el paso del tiempo.

Loyola (2011) señala que mientras Europa adoptó la norma DVB-T (*Digital Video Broadcasting Terrestrial*), con énfasis en la calidad de imagen, Estados Unidos propuso el ATSC (*Advanced Television Systems Committee*); Japón desarrolló la ISDB-T (*Integrated Services Digital Broadcasting Terrestrial*) que facilita la TV digital móvil y China desarrolló su propio sistema llamado DTMB.

Incompatibles entre ellas, las normas han experimentado cambios de acuerdo con los avances tecnológicos. Ejemplo de ello es el ATSC 3.0, que se está desarrollando y que incorpora la transmisión a móviles, aspecto considerado como una de las ventajas de los otros estándares. Mientras países como Colombia y Panamá adoptaron la norma europea, México se adscribió al estándar norteamericano A/53 ATSC. Brasil hizo su propia adaptación de la norma japonesa: la llamada ISDB-Tb por su sigla en inglés o SBTVD-T, en español y portugués. Brasil internacionalizó su estándar llevándolo a países como Argentina, Bolivia, Costa Rica, Chile, Ecuador, Guatemala, Nicaragua, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela. Aparece un polo de integración regional de televisión digital a nivel sudamericano, liderado por Brasil.

Las ventajas tecnológicas de esta norma japonesa- brasileña son señaladas por diversos autores: su robustez técnica en la compresión de imagen y sonido (uso del MPEG-4). Además, se pueden combinar la emisión de señales HD con otras de emisión estándar. Finalmente, la autora destaca que esta norma es la única que permite transmitir una señal móvil, *One Seg*, destinada a los dispositivos móviles.

Si bien la TV digital se encuentra en marcha desde la década pasada en los países europeos y en algunos de los países asiáticos, en el continente americano está en plena implementación.

Tabla 4. Países y fechas para el apagón analógico		
País	Fechas Tentativas	
	Inicio proceso	Conclusión del proceso
Holanda	2003	2006
Suecia	1999	2007
Finlandia	2001	2007
Alemania	2003	2008
Suiza	2001	2008
Noruega	2007	2009
Dinamarca	2006	2007
Reino Unido	1998	2008
Estados Unidos	1998	2009
España	1999	2010
Taiwán	2004	2010
Austria	2006	2010
Francia	2005	2010
Croacia	2002	2011
Canadá	2003	2011
Bélgica	2008	2012
Japón	2003	2011
Italia	2008	2012
Corea	2001	2012
Portugal	2009	2012

Fuente: Mediatelecom Policy & Law, 2013.

En Latinoamérica, México ha sido pionero en finalizar la transición al modelo digital con el *apagón tecnológico* del 31 de diciembre de 2015. Hoy muchos de los países de la región han experimentado avances y retrocesos que no les han permitido ajustarse a los calendarios declarados para la transición digital. Según CNTV y Gómez (2018) Costa Rica, Colombia, Perú y Bolivia ya han postergado la fecha del apagón analógico, que en algunos casos se producirá entre el 2019 y el 2025. Argentina y Uruguay no han entregado una fecha, pero el proceso no cumplió la fecha inicialmente definida. Ecuador tenían plazo para 2018 y Chile 2019, pero ambos no respetaron los plazos fijados. Según un estudio de la consultora Cullen International, citado por CNTV (2019b) la complejidad del proceso ha debido retrasar el apagón incluso en cerca de quince años, como sucedió en Estados Unidos.

Tabla 5. Nuevas fechas estimadas para el apagón analógico, Latinoamérica		
País	Fechas Estimadas	
	Inicio	Conclusión
Argentina	2009	ND
Bolivia	2010	2020
Brasil	2007	2016
Colombia	2008	2016
Costa Rica	2011	2017
Chile	2009	2020*
Ecuador	2010	2018
Guatemala	ND	ND
México	2004	2015
Panamá	2011	2017
Paraguay	2010	2016
Perú	2009	2024
Rep. Dominicana	2010	2015
Uruguay	2007	2015
Venezuela	2009	ND

Fuente: Mediatelecom Policy & Law, 2013 y Consejo Nacional De Televisión y Gómez, 2018.

El proceso de migración ha tenido un importante nivel de complejidad, ya que puede tener consecuencias en términos de Derecho a la Información al afectar directamente el acceso de los usuarios a la televisión. Para favorecer el acceso de todos los ciudadanos a la tecnología, países como Argentina implementaron la entrega gratuita de decodificadores a través de iniciativas como *Mi TV Digital*, que ha entregado más 1.500.000 aparatos.

Los ejecutivos de las grandes cadenas de medios, como Juan María Casado-Salinas (2005) de Radiotelevisión de Andalucía y Rosa Cullerell, CEO del grupo Prisa, consideran que lo que está en juego es el modelo audiovisual en su conjunto, más allá de la TV y de la TV pública, lo que obliga a repensar funciones y nociones de calidad al alero de los nuevos desafíos tecnológicos y de consumo:

El nacimiento de este nuevo paradigma audiovisual hace imprescindible que los medios de masas se replanteen sus procesos de producción desde y hacia una emisión multicanal y multiplataforma, buscando economías de escala. Ya no son importantes los canales –que simplemente transportan la imagen, el texto o la voz–, sino los contenidos, la calidad de los mismos y el prestigio de la marca que los ofrece (Cullerell, 2010, p.1).

1.2.1. Principios que orientan a la TV pública en el escenario digital

¿De qué hablamos cuando hablamos de televisión pública? Para efectos de esta tesis, la televisión pública se entenderá según la definición que UNESCO hace de los servicios de radiotelevisión de servicios públicos, RSP aquellos que trascienden la dependencia y control político de los Estados y que van más allá de la visión comercial. Esta televisión concibe a sus audiencias como ciudadanos, más que consumidores como plantea también Camacho Ordoñez (2005), ve a los niños como sujetos de derechos; tiene una vocación por la inclusión social, el fortalecimiento de la sociedad civil y la participación.

La difusión pública se define como un punto de encuentro donde todos los ciudadanos son bienvenidos y considerados en un plano de igualdad. Constituye una herramienta de información y educación, accesible y dirigida a todos sin excepción, sin importar su condición social y económica. Su mandato no se limita a la información y el desarrollo cultural –la difusión pública también debe recurrir a la imaginación y al entretenimiento–. Pero lo debe hacer preocupándose por la calidad que la distingue de la difusión comercial (Banerjee & Seneviratne, 2006, p.29).

No existe un modelo único de televisión de servicio público, ya que algunas cadenas tienen dependencia estatal, otras son empresas privada sin fines de lucro; algunas cuentan con financiamiento gubernamental, algunas solamente cuentan con recursos publicitarios y otras una mezcla de ambas modalidades. Sobre este tema,

UNESCO propone una serie de funciones que un servicio público de televisión debería cumplir:

- Universalidad (estar al alcance de toso los ciudadanos).
- Diversidad (de audiencias, programas y temas).
- Independencia (expresión libre de las ideas).
- Diferenciación (de otros servicios por su calidad, innovación y atención a las audiencias) (Banerjee, & Seneviratne, 2006, p. 31).

Cabe señalar que en general los principios no son nada nuevo, ya que se refieren a la naturaleza propia de la RSP y de función social más tradicional: su aporte a la libertad de expresión y las nuevas posibilidades que estas tecnologías ofrecen en apoyo al pluralismo y la diversidad. Esta respuesta incluye a todos los medios públicos, pero tiene foco en la televisión por su masividad y significación social. Pérez- Tornero y Alfonso (1998) señalan algunos de los principios que deben orientar a la RSP. Aquí se resumen según los citan Banerjee, y Seneviratne (2006):

- *Atención a las capas desprotegidas de la sociedad.* El Estado debe velar por que exista un servicio de televisión de calidad para toda la ciudadanía independientemente de su poder adquisitivo.
- *Estímulo al desarrollo de la industria audiovisual.* Frente a la globalización, se propone que el sector público sirva de estímulo a la producción audiovisual propia y su internacionalización.
- *Apoyo a la educación y la formación.* La radiodifusión tiene el deber de apoyar políticas que tiendan a la educación de la población general y a la formación profesional.
- *Estímulo para la consolidación y la extensión de la democracia,* a través de la promoción de la cohesión social y solidaridad.
- *Catalización del sistema cultural:* de manera de que los servicios de radiodifusión públicos puedan reflejar toda la diversidad cultural.
- *Una programación específica.* Esta programación, sería según los autores, original y diferente, que incluya a lo que no tiene cabida en la programación privada, más bien orientada al rating y gobernada por criterios comerciales.
- *Cooperación internacional e integración regional.* Sería necesaria para asegurar la competitividad en un mundo global.

Como señala UNESCO, ya en el año 1995 la Mesa Redonda Internacional sobre las Funciones Culturales y Educativas de la Radiodifusión de Servicio Público había planteado sugerencias para los RSP en la defensa de la libertad de expresión, la promoción de la diversidad y del pluralismo, el fomento de la cultura y de la educación y el apoyo a la formación ciudadana y a la democracia, como las siguientes:

Primera, las instituciones de radiotelevisión de servicio público deberían procurar desarrollar formatos de programas que ofrezcan entretenimiento a la audiencia mientras al mismo tiempo le den contenidos de alta información, educación y valor cultural; segunda, las instituciones de radiotelevisión de servicio público deben esforzarse por sustentar la voluntad política que soporta su existencia y por mantener el apoyo de la audiencia; y, tercera, el papel cultural de la radiotelevisión de servicio público consiste fundamentalmente en reproducir la cultura nacional o étnica de la audiencia en la totalidad de su programación, de modo que la audiencia pueda siempre estar en contacto con su historia, idioma, arte, religión y otros valores culturales y tradicionales (Banerjee, & Seneviratne, 2006, p. 16).

En el Informe Mundial Hacia las Sociedades del Conocimiento, UNESCO refuerza la idea de que es necesario que las radiodifusoras de servicio público aborden la diversidad cultural, contra la idea de la homogeneidad cultural, aludiendo a su rol preferente en defensa del pluralismo.

Corresponderá en consecuencia a la RSP y tomando en consideración el papel que la propia UNESCO le asigna, contribuir a combatir el modelo de desarrollo basado en el pensamiento único y la homogeneidad cultural, darle visibilidad y motivar la búsqueda de las diferentes formas de conocimiento, y a promover las bases esenciales de las sociedades del conocimiento incluyendo los cuatro pilares sobre las cuales ella debe descansar como propone la UNESCO: la libertad de expresión, acceso universal a la información, respecto por la diversidad cultural; y, una educación de calidad para todos (Banerjee, & Seneviratne 2006, p. 19).

En el imaginario ciudadano los medios públicos parecen ser tanto los garantes de la calidad (informativa, educativa y de entretenimiento), como el espejo de la diversidad social, cultural e idiomática de las naciones. La televisión tiene un rol central como medio más influyente y consumido. Dada la irrupción de la televisión digital y más aún por la convergencia entre la TV y los medios electrónicos, se produce un legítimo cuestionamiento al rol que deben desempeñar los medios públicos. Borges (2008, p. 3) propone analizar la calidad de los canales culturales públicos y para ello propone un modelo de análisis según áreas programáticas. A partir de consideraciones de la misión de servicio público, sugiere el cumplimiento de ciertas funciones: la preservación de las garantías democráticas, informativa, cultural, educativa, divulgación, social, política, interrelacional, identitaria, movilización de los valores, equilibrio territorial, estímulo a la interactividad, estímulo a la participación sociocultural y la diversidad.

Desde hace más de una década, los grandes referentes de televisión pública (como *BBC*, *RTVE*, entre otros) ya han transitado al sistema digital en un proceso complejo y no exento de cuestionamientos. Varios autores señalan que, si en Europa antes de la irrupción de la TV digital la situación para las señales televisivas ya era compleja, con su llegada la situación se volvió crítica, por una serie de factores (Medina & Ojer, 2011; Bucci, Chiaretti, & Fiorini, 2012; Francés, 2014).

Según señalan autores como Marzal Felici y Zallo Elzegabal (2016) varios problemas se vislumbraban en España: la pérdida de audiencia y credibilidad de las cadenas públicas y autonómicas, el financiamiento inadecuado, fragmentación de las audiencias y la falta de independencia del poder político. Otro aspecto presente en la literatura fueron los cambios legales que la llegada de TV digital implicó, especialmente en Europa. La crisis económica mundial de 2008 y su impacto en las empresas públicas de radiotelevisión europeas fue un tema presente en la discusión académica, especialmente las reducciones presupuestarias; la disminución de tamaño de las cadenas y a la mejora de la gestión. Según Mazzone (2014, p. 39) los problemas que venían arrastrándose de las décadas previas, con la crisis económica todas las Televisiones, públicas o privadas sufrieron graves problemas financieros, que en algunos casos llevaron al cierre –temporal– de la TV pública griega ERT y el cese definitivo de la señal autonómica valenciana RTVV.

En Europa los canales de televisión generalista ya comenzaron a evidenciar cambios programáticos en 2010, en el período de la transición al modelo digital. Según Prado y Delgado (2010), la aparición de nuevos actores tiene tres consecuencias para la televisión generalista: primero «erosiona la cuota de pantalla» de los canales existentes; luego, encarece la adquisición de derechos y productos por el aumento de actores y, en tercer lugar, actores como la televisión de pago y otras multiplataformas compiten por espacios atractivos como el fútbol. También la presencia de más actores en el panorama digital y el traslado del avisaje a Internet representaron una bajada de los ingresos por vía publicitaria para la TV pública europea, que ya se había complicado por la reducción de los aportes públicos, asociados a la crisis. En España, Francés (2014, p. 124) documenta la caída de la inversión publicitaria general en ese país en el 9,9% en el 2012 respecto del año anterior. En el caso de la televisión, la disminución es mayor, cercana a un 18,9%. En ese mismo período, por primera vez la inversión en avisaje publicitario en Internet superó a la de los diarios. Tal como señala el mismo autor, en términos programáticos, menores recursos tuvieron efectos en la calidad y en su capacidad de competir con los privados. Gunn Enli (2008b) apunta a que el desafío central de las emisoras de servicio público debe ser constituirse en alternativas a los canales comerciales.

En este sentido, Vidal-Beltrán (2014, p. 51) menciona que *El Libro verde sobre televisión sin fronteras* y las directivas formuladas por los Estados, abordaron aspectos que van desde la tecnología al concepto de la televisión como bien de servicio público, con implicancias en las libertades de expresión y de información. Caffarel (2005, p. 24) afirma que es posible contar con una nueva televisión pública de calidad en España, siempre y cuando tenga una «vocación europeísta» que define como:

Es decir, ha de contar con una estructura pluricanal para cumplir una función de servicio público en su más amplio sentido. Debe atender a todos los estratos de la audiencia, abarcando un espectro de necesidades que va de las más minoritarias y especializadas, con un alto componente cultural, a las más masivas, consumidoras de «entretenimiento» o ficción más popular.

Y la autora agrega otros deberes para posibilitar la existencia de una televisión pública de calidad: que sea considerada un servicio público fundamental para la sociedad, reconociendo la centralidad del medio en la sociedad actual. También debe cumplir su misión de servicio público, promoviendo el ejercicio ciudadano. Según Caffarel, debe competir con los canales privados, pero no depender exclusivamente de la publicidad. Debe apostar por los contenidos identitarios, culturales y también informativos, pero dependiendo de consejos de redacción profesionales, independientes y abiertos al pluralismo y al debate social. La autora considera que, si bien no es necesario que sea un líder de audiencia, debe apuntar a alcanzar la valoración y el reconocimiento del público.

En América Latina hay una gran diversidad de sistemas de medios públicos los que son apenas comparables por sus tipos de financiamiento, regulación, dependencia, programación, marcos regulatorios y legales. Mastrini y Becerra (2011) caracterizan el sistema de medios de América Latina por su orientación principalmente comercial y por su concentración, tanto de la propiedad como de las audiencias. En América Latina hay una diversidad de medios públicos que Beatriz Quiñones, Comisionada de la ANTV de Colombia, denomina «desarrollos desiguales» (CNTV, 2016a, p. 21) en función de su diversa naturaleza: medios estatales, gubernamentales, privados; la variedad de sus fuentes de financiamiento: directo del Estado, publicitario, mixto, mediante tasas impositivas, etc., cantidad de señales y tipo de programación: señales temáticas, generalistas, multiseñales, etc.

En Chile el sistema de medios puede ser caracterizado por algunas de sus particularidades, tal como las detallaron casi al inicio de la década Sunkel y Geoffroy (2002, p. 147): un «monopolio ideológico», especialmente en la prensa, que está dominada por dos grandes grupos económicos. En segundo lugar, el rol del estado en lo que los autores denominan «moldeamiento del mercado a través de medidas administrativas o políticas», tanto de intervención en dictadura –en especial en el ingreso de actores privados al ámbito televisivo– y de falta de generación de políticas de comunicaciones en democracia, tal como apuntan Mayorga, del Valle Rojas y Nitrihual Valdebenito (2010). En tercer término, los autores destacan el alto grado de centralización en la zona de la capital, lo que por supuesto no es exclusivo del país. En cuarto lugar, Sunkel y Geoffroy postulan que en el sistema chileno «hay diferentes grados de integración a las fuerzas de la globalización», ya que mientras la radio y la televisión están asociados a grandes grupos extranjeros, la prensa permanece en manos de dos consorcios nacionales.

Respecto de la radio, Ramírez Cáceres (2009) comenta que grandes grupos internacionales que reúnen los tres criterios de la concentración: propiedad, audiencias y aviso publicitario. Del Valle, Mellado Ruiz, Salinas Meruane y González Rodríguez (2011, p. 54) compararon la participación de los grandes conglomerados en la concentración de lo que ellos denominan la «*estructura massmediática*» en cuatro regiones del país, distinguiendo a cinco grupos que alcanzan concentración a nivel nacional como Iberoamericana Radio Chile (en la que participa el consorcio internacional Prisa), El Mercurio, COPESA, Bío-Bío Comunicaciones y la Compañía Chilena de comunicaciones. En el último punto destacado por Sunkel y Geoffroy (2002)

los autores se refirieron a que no existían grupos multimedia, situación que ha cambiado desde el año 2002 con la incorporación de actores del ámbito de las telecomunicaciones al sector de la televisión de pago, entre otros.

En el ámbito de los medios públicos, el control de los medios en dictadura trajo su consiguiente desprestigio y privatización, ejemplificado en la enajenación de la agencia informativa Orbe. La respuesta en la transición democrática fue decretar el financiamiento exclusivamente publicitario de Televisión Nacional de Chile –tal como se describirá más detalladamente en el punto 2.5.5–, así como privatizar en 1995 Radio Nacional con sus más de 50 emisoras asociadas y, finalmente, liquidar los activos de Diario La Nación en 2012. Cabe afirmar que en el país no existe un tradicional sistema de medios públicos y sólo TVN tiene una misión que sólo podría definirse como simbólica.

Ruiz Tagle (2011) considerando específicamente el sistema de medios chileno y el rol que debe ejercer el Estado para garantizar la libertad de expresión propone 6 principios. Primero propone «la obligación de proteger la soberanía del consumidor y de garantizar de modo diferenciado la ciudadanía» (p.353) con medidas como una reforma que amplíe el directorio de TVN con criterios pluralistas, que se prohíba a las personas que ejercen cargos públicos tener relación con la propiedad de medios de comunicación, y utilizar la publicidad oficial para promover campañas de bien público. En segundo lugar, la protección de los más débiles podría apoyarse a través de la medición de audiencias en regiones –específicamente en los grupos más pobres– y a través de las cuotas de programación infantil. El tercer principio sería considerar la libertad de expresión dentro del sistema democrático, fomentando para ello el uso cívico de los medios, tomando el Estado un rol activo en la entrega de licencias y garantizando el derecho a réplica. En cuarto lugar, Ruiz-Tagle (2011) propone que para apoyar la responsabilidad cabe al Estado exigir a los medios que se hagan responsables cuando causan daño a las personas. El quinto lugar, estaría «la primacía del derecho sobre otras formas de regulación» (p.356) y finalmente, transparentar el uso de la publicidad oficial.

Como quedó de manifiesto nuevamente en el *VII Foro de Medios Públicos en América Latina los medios públicos y sus públicos. Desafíos de la convergencia* (CNTV, 2016a), realizado en Santiago de Chile, los medios públicos tienen una vital importancia en el cumplimiento de los objetivos señalados. Los Radiodifusores de Servicio Público por su propia naturaleza (como voces de la diversidad social y cultural de sus naciones) cumplirían un rol fundamental:

Los medios públicos, en consecuencia, además de promover el ejercicio de la libertad de expresión, constituirían un espacio privilegiado para la participación de la sociedad civil en el fortalecimiento de las instituciones, y deberían por tanto coexistir en un sistema de plural de medios con agentes privados, públicos y comunitarios. Para ello, los mecanismos de financiamiento y gobernanza de estos medios constituyen un aspecto fundamental en las políticas públicas de comunicaciones en América Latina (CNTV, 2016a, p. 42).

Una de las propuestas expresadas en el VII Foro Internacional de Medios Públicos vinculan a estos medios con la concreción de la Agenda de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Los ODS pretenden que para el año 2030 mejore la calidad de vida de los ciudadanos de todo el mundo, en cuestiones como erradicar la pobreza; garantizar para el universo de la población de salud, educación, agua, higiene, promover estrategias de desarrollo acorde con la protección del ambiente (CNTV, 2016a, p.43). Estos objetivos que requerirán la adecuación institucional, legal y de gestión de parte de los Estados, son los siguientes:

Tabla 6. Objetivos de desarrollo sostenible	
Objetivo 1	Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo
Objetivo 2	Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible
Objetivo 3	Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades
Objetivo 4	Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos
Objetivo 5	Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas
Objetivo 6	Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos
Objetivo 7	Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos
Objetivo 8	Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos
Objetivo 9	Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación
Objetivo 10	Reducir la desigualdad en y entre los países
Objetivo 11	Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles
Objetivo 12	Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles
Objetivo 13	Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.
Objetivo 14	Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible
Objetivo 15	Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar los bosques de forma sostenible, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y poner freno a la pérdida de la diversidad biológica
Objetivo 16	Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles
Objetivo 17	Fortalecer los medios de ejecución y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.

Fuente: CNTV, 2016a.

Para el logro de dichos objetivos, los propios medios públicos de Latinoamérica se plantearon una serie de desafíos, los que son variados y diversa índole (CNTV, 2016a). A modo de resumen, se pueden sintetizar en los siguientes ejes:

- Los medios públicos, en especial la televisión, deben interpelar a las audiencias dando un nuevo y renovado sentido a la educación, entretención e información, con formatos renovados e innovadores. Esto implica, según palabras de Martín Becerra (CNTV, 2016a, p. 62) una «discusión respecto de la masividad, cobertura y creatividad de los contenidos». Una apuesta a la supervivencia de la televisión pública en este mercado es la convergencia de los medios con las redes. Si bien varios medios cuentan con señales *streaming* y posibilidad de acceder a contenidos online, el Sistema Público de Radiodifusión del Estado mexicano dio un paso más allá y está desarrollando una OTT, llamada «Mi TV pública», aplicación para plataformas

Android e iOS en la que ofrecerá *on demand* la programación de canales públicos, como señal 22, a través de dispositivos móviles (CNTV, 2016a).

- Los canales públicos deben evaluar el carácter generalista tradicional de sus emisoras, versus su especialización. Ello implica la redefinición de las mismas en el concepto de televisión pública segmentada, propuesta realizada en el VII Foro por Valerio Fuenzalida. Según el autor, es preciso pensar en la televisión digital como en la oportunidad para contar una televisión pensada en diversos públicos, entre ellos el infantil y especialmente los párvulos (CNTV, 2016a, p. 68).
- A nivel regional los medios públicos deben formular indicadores, tanto cualitativos como cuantitativos, que permitan evaluar su desempeño, más allá del rating, es decir en las dimensiones económicas, culturales y político-administrativas. Diego de Charras, profesor de la universidad de Buenos Aires, planteó que en Argentina se formuló en 2014 la Guía de indicadores de calidad para Emisoras Públicas, cuyo propósito era evaluar el desempeño de la televisión pública en el país, por medio de evidencias empíricas respecto de su calidad (CNTV, 2016a).

Otros desafíos son más generales y requerirán la formulación de políticas públicas respecto del sistema de medios. Entre estas políticas estará sin duda ajustar los marcos regulatorios e instituciones reguladoras ante el escenario multipantalla. Respecto de este punto, la televisión en la mayoría de los países latinoamericanos es regulada por entidades como el CNTV de Chile, CONCORTV de Perú o ANTV de Colombia, organismos que sin embargo no tienen facultades de regulación de Internet. Son empresas deslocalizadas territorialmente, cuyo negocio se ha ampliado desde proveer una tecnología a proveer contenidos. Su regulación representa un reto para todo el mundo.

Finalmente, debe considerarse que el contexto multimedia puede ser una oportunidad de desarrollo para la televisión pública. Debrett (2009) analizó cómo los principios de las emisoras de servicio público se ven afectados por la digitalización. En un estudio que compara cómo seis empresas (*BBC* y *Channel 4* del Reino Unido; *ABC* de Australia; *SBS*, *American Public Television* y *TVNZ* de Nueva Zelanda) enfrentan el paso a lo digital. La investigadora parte por considerar que el acceso a Internet o a un teléfono con conexión divide a los usuarios que pueden pagar ese servicio. Concluye que la *universalidad* y la prestación de servicios libres de pago es el principio por excelencia vinculado a estos medios de servicio público, ya que es ellos permiten a las audiencias acceder a la esfera pública. Debrett (2009, p. 810) plantea que el entorno digital y dado los cambios en el estilo de vida de las audiencias, la nueva universalidad estaría dada por el acceso flexible y bajo demanda en una amplia variedad de plataformas (*cross-platform access*).

La investigadora plantea también que la difusión de contenidos en la web extiende la vida útil de las producciones financiadas con recursos públicos, pero que debe estar garantizada la emisión de contenidos por aire, de manera abierta. Un segundo principio es contar con información imparcial. En este sentido, la autora señala que la información de las señales públicas es habitualmente considerada como de calidad y que la confianza pública podría ser cuestionada la adaptación que se hace para otras plataformas. El servicio a los intereses de las minorías es el tercer principio

y hace alusión a las funciones cívicas y culturales de los medios de servicio público. Debrett señala que las posibilidades técnicas de multiplicar las señales, propia de la TV digital, dan cabida a identidades y puntos de vista diversos con una interfaz común, que sirve de punto de intersección de las distintas audiencias. El cuarto principio, ser un reflejo de la identidad nacional, puede ser potenciado en el escenario digital que permite abarcar diferentes necesidades se pueden satisfacer a través de diversos canales y plataformas (2009, p. 811). El quinto principio es proveer contenidos de calidad e innovadores en términos de valores no comerciales, no necesariamente rentables. La digitalización ofrece probar nuevos formatos con un relativo bajo costo. Asimismo, la autora considera ejemplos transmedia desarrollados por *Channel 4* y *BBC*, como *Lost Generation* y *Creative Archive Project* (Debrett, 2009, p.812).

1.2.2. Panorama latinoamericano en la transición a la TV Digital

Según constataron Mastrini y Becerra (2011, p. 51) durante la década pasada los medios de comunicación en Latinoamérica experimentaron cambios que transformaron profundamente el sector: concentración e internacionalización de la propiedad; convergencia con telecomunicaciones e Internet y el desajuste de los marcos regulatorios existentes. Algunos países como Brasil, Argentina, Uruguay y Chile experimentaron una profundización de la concentración del sistema de medios. El sector ya contaba con la presencia de grandes grupos económicos predominantes en cada país, tales como Clarín en Argentina; Cisneros en Venezuela, Televisa en México; Globo en Brasil y los grupos de prensa COPESA y El Mercurio en Chile. Durante la década pasada, estos actores ampliaron su presencia continental. Los conglomerados internacionales como el español Prisa y la gigante Time Warner que pasaron a formar parte de la propiedad de diversos medios en distintos países del continente.

En Argentina, la Ley de Reforma del Estado de 1989 permitió según observan Marino, Mastrini y Becerra (2010, p. 14) «la propiedad cruzada de medios y privatizó los canales 11 y 13 de Buenos Aires». Otros autores como Mazziotti, Bueno, Fuentes, Gatti, Paladino y Villafañe (2010, p. 33) precisan que «el proceso de concentración de medios de comunicación en Argentina comenzó en la década de los noventa, en el marco de la privatización de las señales televisivas de aire y de la transnacionalización de la inversión», que permitió el acceso de capitales extranjeros e incentivó la creación de grandes conglomerados o holdings. Por ejemplo, el grupo Clarín en 2010 controlaba además de los periódicos, señales televisivas abiertas nacionales y regionales, operadores de televisión de pago por cable y satélite, emisoras de radio y emisiones de alta audiencia como el fútbol (Mazziotti et al., 2010, p. 34).

Marino, Mastrini y Becerra (2010, p. 14) describen la concentración del sistema argentino a través de tres características: aglutinación de los medios con mayor masividad (radiales, televisivos y prensa); el modelo conglomeral, que ellos definen como: «pocos grupos comunicacionales expandidos en casi todos los medios de comunicación» y, por último, la centralización de la generación de contenidos en la capital nacional.

La creciente convergencia con el sector de las telecomunicaciones ha hecho difusa la barrera entre este sector y el de la radiodifusión, por ejemplo, respecto de la emisión de contenidos y de la regulación de estos. En palabras de Mastrini y Becerra (2019) la desregulación del sector de las telecomunicaciones es considerada una amenaza para el sistema de medios ya oligopólico de Latinoamérica, por su altísima facturación. Otros grandes conglomerados como Telefónica de España, Telmex y otras, que inicialmente se aproximaron a la televisión por cable y ahora son proveedores de contenidos vía de Internet.

El continente comparte la transición al modelo digital, con las complejidades propias del momento y con la tensión, retos y oportunidades que ello implica para la TV pública. Uno de los temas más relevantes que se encuentra en tensión es el rol de la TV pública en el nuevo escenario digital. Incluso se ha cuestionado la existencia de la televisión. Se identificaron algunas buenas prácticas que los países puedan imitar y también de formular indicadores de calidad que sirvan para medir a las emisoras públicas, así como se citaron algunas de las líneas de acción prioritarias para el fortalecimiento de los medios públicos de la región, entre las que se contempla la actualización de la TV pública en el entorno digital y multipantalla:

... identificación de las buenas prácticas de los medios públicos de la región sobre estrategias de financiamiento económico; elaboración de un estudio comparado de legislación, autorregulación y políticas públicas regionales sobre los medios de comunicación, en particular los medios públicos; construcción, con los propios medios públicos de un documento que recoja las experiencias de los instrumentos de medición y análisis de audiencia que hayan resultado adecuados para ellos; necesidad de un programa de TV digital pública y estrategia multiplataforma que involucre las experiencias más avanzadas de los medios públicos de la región (pasantías, talleres, cursos virtuales y otros mecanismos), así como los aportes de los medios públicos y los expertos internacionales; entre muchas otras iniciativas (CNTV, 2016a, p. 29).

La discusión de estos temas ha tenido lugar en encuentros como el ya señalado y en documentos oficiales emanados de organismos regionales, más que en la literatura científica (Banerjee & Seneviratne, 2006; Cabero, 2005; Bucci et al., 2012). Entre las oportunidades más esperanzadoras que ofrece la TDT está la ampliación de la diversidad y pluralidad de voces y la inclusión de nuevos actores al mercado televisivo. Los estados deberán tomar los resguardos necesarios para democratizar y hacer accesible la tecnología digital a la ciudadanía (Medina & Ojer, 2011; Sáez-Baeza, 2013; Lanza, 2014).

CNTV y Gómez (2018, p. 157) describen el estado de avance de los países latinoamericanos en el proceso de transición a la TV Digital, resumiendo la situación del continente en los siguientes puntos clave:

- *Proceso desigual entre los diferentes países.* Según Gómez, mientras países como México se encuentran muy avanzados y ya han realizado el apagón analógico, algunos países no han comenzado el encendido digital.

- *Oportunidad perdida para aumentar el pluralismo y la diversidad.* El informe de CNTV y Gómez (2018, p. 158) señala a este respecto «En situaciones donde ya existía una concentración indebida en el entorno analógico, la digitalización no sólo promueve un sistema de medios televisivo más diverso, sino que consolida o agudiza esta realidad».
- *Statu quo.* Aun existiendo espacio para la participación de nuevos operadores, varios países no lo permiten.
- *Ingreso de operadores públicos y comunitarios.* En algunos países se fomenta el ingreso de operadores de estos sectores de la comunicación y el informe cita como ejemplo a Brasil y Venezuela.
- *Reconocimiento de la TV comunitaria.* El informe consigna que países como Argentina, Bolivia, Chile, Ecuador y Uruguay han reconocido el valor de la comunicación local a través de la reserva del espacio radioeléctrico para este tipo de medios locales.
- *Medios públicos.* En algunos países, no se han otorgado apoyos a los medios públicos en el proceso de implementación tecnológica, mientras que, en Perú y Argentina, los medios públicos se han visto beneficiados con el proceso de implementación de la tv digital.

1.2.2.1. Mecanismos de fomento a la producción audiovisual televisiva

Uno de los puntos críticos respecto del desarrollo del sector tiene relación con los fondos disponibles en el apoyo a la realización. En países como Chile, Argentina y Brasil se han desarrollado mecanismos de subvención que han sido fundamentales en el tiempo para lograr la producción de más y mejores contenidos –en algunos casos consiguiendo importantes reconocimientos mundiales– y para asegurar el despegue de una industria a menudo precarizada. Como Solot (2017, p. 15) precisa:

Desde los principios de los noventa, se han lanzado regularmente en América Latina diversos programas gubernamentales dirigidos a estimular la producción cinematográfica, así como la distribución y exhibición de contenidos audiovisuales. Conjuntamente con el aumento de los tratados internacionales de coproducción, ellos han constituido la herramienta principal de política pública para el logro de los objetivos a largo plazo de una industria audiovisual sostenible, el desarrollo de una cultura audiovisual y la promoción internacional de contenidos audiovisuales y de la imagen de cada país.

A continuación, se explican algunas claves para entender el fomento del sector en esos países. En Argentina, respecto de los mecanismos de fomento a la producción de programas televisivos, Pulvirenti (2017, p. 36) establece que el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales, INCAA entrega un incentivo específico para la realización de programas, el que describe de la siguiente forma:

Por su parte y en forma concordante, el INCAA ha dado origen a la Resolución 565/2011/INCAA que crea la Unidad de Coordinación de Televisión, Internet y

Videojuegos, que cumplimenta el Decreto 1225/2010 que establece que el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales deberá destinar un porcentaje no inferior al 25% de los fondos que se le asignan por el inciso a) del artículo 97 de la Ley N° 26.522 a los fines de la promoción de la producción de contenidos para televisión y también créditos para su producción y/o subsidios.

Las Resoluciones N° 1069/2012/INCAA y N°1330/2012/INCAA generaron una Gerencia de Fomento a la Producción de Contenidos para Televisión, Internet y Videojuegos y establecieron un Plan de Fomento, disponiendo de dos instrumentos promocionales: 1) Para grandes empresas televisivas de capital nacional y 2) Para productores de menor envergadura ubicados en el interior del país.

Cesnik, Toscano, Jucá y Salinas (2017) describen la situación de Brasil, señalando que a partir de políticas públicas complejas se han generado una serie de mecanismos que contribuyen a la industria audiovisual desde diversos ámbitos. Los autores separan los mecanismos en dos grandes grupos, primero los que incluyen el fomento a la producción nacional. En segundo lugar, aquellos que regulan el establecimiento de cuotas de programación –tanto en las salas de cine como la TV de pago–. Entre los primeros, destacan el Fondo del Sector Audiovisual (FSA) que es un subsidio directo, que se financia a través de impuestos como el CONDECINE que pagan empresas de telecomunicaciones, entre otros actores. Existen dos mecanismos de adjudicación, selección selectiva sobre una serie de criterios o automática a instituciones ya acreditadas. Existen otros mecanismos indirectos que apoyan la realización independiente:

El mercado brasileño ofrece una serie de mecanismos de incentivos fiscales para financiar producciones de productoras independientes de Brasil. Actualmente hay ocho mecanismos federales de incentivos fiscales a la producción audiovisual: Artículos 18 y 26 de la Ley 8.313/91 (Ley Rouanet); Artículos 1, 1-A, 3 y 3-A de la Ley 8.685/93 (Ley Audiovisual); y Artículos 39-X y 41 del Decreto Presidencial Provisional 2.228-1/01 (MP 2.228-1/01).⁹

Estos mecanismos son de (i) inversión o coproducción, donde los contribuyentes (las empresas que exportan contenidos audiovisuales a Brasil) utilizan parte de la cantidad debida como impuesto sobre la renta y/o CONDECINE para invertir en las producciones audiovisuales brasileñas independientes como coproductores (ganando así los derechos de autor sobre la obra audiovisual resultante); o de (ii) patrocinio, donde los contribuyentes patrocinan producciones independientes de Brasil, a cambio de obtener visibilidad para sus marcas (Cesnik et al., 2017, p. 63).

En Chile, el fomento de la industria audiovisual televisión se realiza a través de tres fuentes principales, todas públicas según señalan Young y Raglianti (2017):

Fondo de Fomento Audiovisual de la ley sobre fomento audiovisual; Fondo de Fomento a la calidad de la ley que crea el Consejo Nacional de Televisión; y Fondos del Programa de Industrias Creativas de la Gerencia de Competitividad de CORFO (p.73)

El primero de ellos el Fondo de Fomento Audiovisual existe desde el año 2004, para la subvención de producción audiovisual establecida en la Ley 19.981 de ese año. Según citan Young y Raglianti (2017, p. 74) a la definición que hace el CNCA, este subsidio apoya la creación para todo tipo de soportes ya que define la obra audiovisual como:

toda creación expresada mediante una serie de imágenes asociadas, con o sin sonorización, incorporadas, fijadas o grabadas en cualquier soporte, que esté destinada a ser mostrada a través de aparatos de proyección o cualquier otro medio de comunicación o de difusión de la imagen y del sonido, se comercialice o no.

Entre 2009 y 2016, según señala el Consejo de la Cultura y las Artes [CNCA] (2017, p. 32) entregó más de 900 millones de pesos a 225 proyectos de guion y más de 13 mil millones de pesos a la producción de 145 proyectos para largometrajes. El Fondo de fomento a calidad del Consejo Nacional de Televisión, en adelante Fondo CNTV surgió a raíz de la misión institucional del organismo en 1992. Fue creado por la Ley 18.383 del 30 de septiembre de 1989.

El Consejo Nacional de Televisión es una institución autónoma constitucional que tiene por función velar por el correcto funcionamiento de la televisión chilena a través de políticas institucionales que tiendan a orientar, estimular y regular la actividad de los actores involucrados en el fenómeno televisivo. A través de su área de Educación en Medios Audiovisuales, busca formar a la ciudadanía en alfabetización televisiva, así como fomentar la mediación parental del consumo de televisión (CNTV, 2015d, p. 2).

Para la convocatoria 2020 las Bases de Fondo proponen 8 líneas concursables a las que pueden optar productoras del país. Las primeras 4 ya se encontraban vigentes desde 2017. El subsidio destinado a financiar programas de carácter local comunitario que antes fuera gestionado independientemente incorporó como una línea más. Además, la línea de coproducciones internacionales ahora es factible de concursar en las otras líneas (CNTV, 2019f):

- Línea 1: Series históricas o documentales históricos ficcionados;
- Línea 2: Ficción;
- Línea 3: No ficción;
- Línea 4: Programas de procedencia regional;
- Línea 5: Programas de procedencia local o de carácter local comunitario;
- Línea 6: Programas orientados al público infantil preescolar de 3 a 6 años;
- Línea 7: Programas orientados al público infantil de 6 a 12 años;
- Línea 8: Nuevas temporadas de programas ya financiados por el Fondo CNTV.

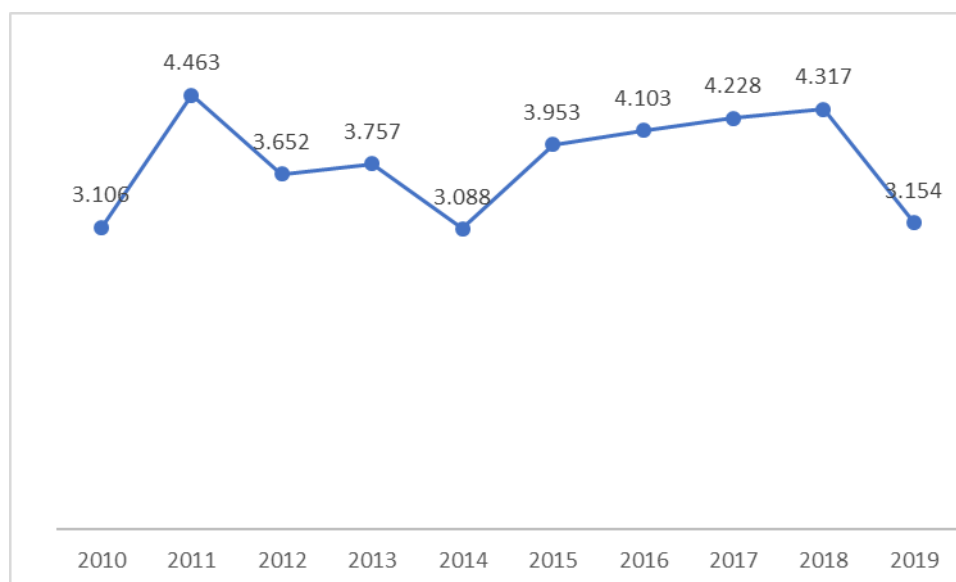
Algunas de las líneas se encuentran destinadas específicamente a productoras regionales y locales, de manera de incentivar la realización en diferentes zonas del país y a distinta escala. Para todos los beneficiarios es obligatorio que una vez obtenido el fondo los adjudicatarios deben lograr un convenio de exhibición que posibilite emitir el programa financiado a través de televisión abierta, ya sea nacional, regional local o local comunitaria. Este requisito diferenciador que es propio de este mecanismo de financiamiento apunta a dar visibilidad a los productos seleccionados y a apoyar el desarrollo de la televisión en el país.

Desde su creación el Fondo de Fomento a la Televisión de calidad del CNTV ha financiado series televisivas de los más diversos géneros (infantil, telenovelas, documentales, telefilmes, microprogramas) dirigidos a diferentes públicos. Como puede leerse en la Tabla 7 y en la Figura 6, desde 2010 se entrega anualmente un monto cercano a los 3 mil millones de pesos chilenos (equivalentes a 4700 millones de dólares o 4.058 millones de euros). El pico de recursos destinados al Fondo se produjo en 2011, en el que se destinaron más de 4462 millones. El año 2012 el monto disminuyó en 18,1% a algo más de 3650 millones. Desde 2014 los recursos han aumentado, pero sin llegar al nivel de 2011. El Anuario Estadístico de Oferta y Consumo 2018 destaca la importancia que tiene el Fondo de Fomento a la Calidad del CNTV que financia programas de calidad en televisión abierta.

Entre los años 2014 y 2017 se adjudicaron 24,4 millones de dólares (23 millones de euros) para el financiamiento de 74 proyectos de programas de televisión de diversa índole: infantiles, telenovelas, documentales, películas para televisión, programas comunitarios y regionales, entre otros (web presidencia de Chile <http://www.gob.cl/mandataria-mundo-audiovisual-identidad-cultural-lo-hacemos-bien-tambien-futuro-economico/>).

Tabla 7. Montos asignados a Fondo CNTV 2010-2019			
Año	Pesos Chilenos	Dólares	Euros
2010	3.105.662.000	4.767.965	4.204.556
2011	4.462.821.000	6.851.543	6.041.927
2012	3.652.599.000	5.607.650	4.945.019
2013	3.756.820.000	5.767.655	5.086.117
2014	3.088.082.000	4.740.976	4.180.756
2015	3.953.225.000	6.069.186	5.352.018
2016	4.103.448.000	6.299.816	5.555.395
2017	4.227.534.000	6.490.319	5.723.387
2018	4.316.772.000	6.627.321	5.844.201
2019	3.154.198.000	4.842.480	4.270.266
Total	37.821.161.000	58.064.912	51.203.643

Fuente: Elaboración propia con datos Fondo CNTV.

Figura 6. Monto asignado a Fondo CNTV 2011-2019, en millones de pesos

Fuente: Elaboración propia con datos web CNTV, 2019.

Respecto de los montos para el año 2020, se ha anunciado que el Fondo CNTV otorgará la cifra más grande de su historia, después de años de experimentar una baja sostenida. Los recursos destinados para el concurso corresponderán a 4.585.656.000 de pesos (CNTV, 2019f, p.1). La crisis sanitaria ha puesto en cuestión el destino de los apoyos estatales del sector cultural, que deberán ser evaluados en función del avance de la situación del país.

El tercer mecanismo, el Fondo del Programa de Industrias Creativas de la Gerencia de Desarrollo Competitivo, gestionado por CORFO, habría entregado en 2009 cerca de 161 millones de pesos para financiar 11 proyectos, mientras que en 2016 los beneficiados serían 23 proyectos por un total de 271 millones de pesos (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2017, p. 33). Young y Raglianti (2017, p. 77) describen las líneas de fomento que en general aplican a contenidos televisivos, con excepción de la distribución cinematográfica:

Para el año 2017, existieron cinco iniciativas asociadas al desarrollo audiovisual: (i) el Concurso Audiovisual, modalidad de Desarrollo Empresarial (ii) el Concurso Audiovisual, modalidad de Proyectos Unitarios, (iii) el Concurso Audiovisual, Modalidad de Proyectos Series (todos conjuntamente los concursos), y dos programas de distribución audiovisual: uno para (iv) exhibición y comercialización en el mercado nacional y otro para (v) la exhibición y comercialización en mercados internacionales.

Según señala la Política Nacional del sector 2017-2022 se proyecta el funcionamiento articulado de las instituciones que tienen vinculación con fomento, distribución, si bien dentro de los objetivos específicos sólo se menciona fortalecer el Fondo gestionado por el actual Ministerio de Cultura y no se menciona la posibilidad de integrar los financiamientos hasta ahora gestionados independientemente por cada repartición estatal.

1.2.2.2. La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual de Argentina

Rodríguez Miranda (2012) se refirió al tránsito de Chile y Argentina a la televisión digital. Aunque son dos modelos muy diferentes, uno centrado en el rol de los privados y otro con énfasis estatal, la autora señala que los procesos políticos subyacentes al proceso de implementación en ambos países no necesariamente permiten quebrar el *statu quo*, dificultando el acceso de nuevos actores marginados del escenario comunicacional.

El desajuste de los marcos regulatorios del sector frente al nuevo escenario – digital y convergente– llevó a países como Argentina, México, Ecuador, Bolivia, Colombia y Uruguay a adaptar sus legislaciones entre los años 2009 y 2016. Por su parte, Marino, Mastrini y Becerra (2010, p. 12) señalan:

Convencidos de la necesidad de regular la comunicación, u orientados a incrementar su control sobre el sistema mediático, algunos gobiernos han asumido la iniciativa. Más allá de sus intenciones, tanto la ley de radiodifusión comunitaria en Uruguay, como las constituciones de Bolivia y Ecuador y la Conferencia Nacional de Comunicación en Brasil constituyen diversos ejemplos de la extensión y amplitud de enfoques del debate.

Algunas de estas legislaciones fueron verdaderas declaraciones de principios al mirar la comunicación como un derecho y no como un bien de mercado. Santander (2014, p 27) señala:

...las nuevas políticas de comunicación buscan modificar la relación entre comunidad y comunicación, la forma en que el modelo comunicacional hegemónico entiende y se relaciona con las audiencias, diversificar la oferta mediática, rediseñar radicalmente la gestión del espacio radioeléctrico (que es un bien público), poner límites a la concentración y modificar el rol central que el mercado cumple en el sistema medial, así como la mínima regulación que el Estado ejerce sobre lo comunicacional.

El autor hipotetiza que el fenómeno de revisionismo legislativo es un proceso coincidente, una suerte de alineamiento entre los gobiernos progresistas del cono sur, dadas ciertas coincidencias que enumera (Santander, 2014, p. 28):

- «La génesis» de los procesos legislativos: se realizaron a partir de debates que coinciden con la crisis de los modelos liberales y la llegada al poder de nuevos gobiernos.
- «El carácter antimonopólico de las leyes y restricciones a la propiedad» que restringe la concentración de la propiedad y la audiencia en grandes grupos.
- «Reconocimiento legal de diferentes tipos de propiedad» reconocen tres tipos: medios privados, públicos y comunitarios.
- «Rediseño de la gestión del espacio radioeléctrico» Se reparte el espectro en tercios para cada tipo de medios.

- «Reconocimiento legal del tercer sector de la comunicación (medios de comunicación no comerciales)» reconocimiento que revierte la situación de ilegalidad, alegalidad o clandestinidad de dichos medios.
- «Cuotas de pantalla» para estimular la producción nacional.
- «Proceso ciudadano participativo» a través de instancias como foros, mesas redondas y conversaciones ciudadanas.
- «Se propone una nueva relación entre comunicación y comunidad» se considera a la ciudadanía como depositaria del Derecho a la comunicación, por lo que el principio de participación está considerado en diferentes instancias.

Algunas de estas legislaciones incluyeron en su articulado principios para señalar a los niños y niñas como protagonistas de esos derechos. Asimismo, la aplicación de estos marcos legales y sus modificaciones han marcado en parte el desarrollo de la televisión digital en la región, el rol de los medios público y en definitiva la oferta de contenidos de calidad para niños y niñas.

En este capítulo se describe la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522 de Argentina. Esta legislación es un modelo marca un avance en términos del Derecho a la Comunicación de los ciudadanos, considerando especialmente al público infantil, si bien ha sido fruto de una compleja tramitación (Marino, 2012). Se describen su énfasis y la difícil implementación en medio de los cambios políticos. Posteriormente se describe el marco legal chileno que actualmente posibilita la implementación de la TDT, la Ley 20.750 que define el panorama futuro de la TV en Chile para los próximos años y su proceso de implementación, actualmente en curso.

En términos normativos, la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual de octubre de 2009 [LCSA], reemplazó a el decreto-ley 22.285 promulgado en 1980 por la dictadura y se convirtió en la primera legislación democrática para el sector. Esta norma se gestó a través de proceso de consulta a través de 24 foros organizados por las Universidades Públicas en las que participaron más de 10 mil ciudadanos y se formularon 1300 propuestas (Liwski, 2012).

La ley formó parte de una estrategia del gobierno de Cristina Fernández en varios ámbitos de la comunicación. Como señalan Triguboff, y Calvi, 2015 la implementación de la TV digital en el país fue parte de un rol de Estado más presente en el ámbito comunicacional: nuevo marco legal, política satelital, de promoción de contenidos.

Respecto de la televisión digital, hay que señalar que el llamado sistema argentino de televisión abierta (STDA) fue impulsado mediante un Decreto Presidencial el 31 de agosto de 2009, con la definición de la norma japonesa-brasileña, en oposición a la norma antes elegida. La Televisión digital fue vista como una oportunidad para la democratización del medio, entendiendo como un espacio para visibilizar a todos los sectores sociales y culturales, a través de una política pública vigorosamente impulsada por el gobierno. Según lo describe Osvaldo Mario Nemirovisci, ex Coordinador del Consejo Asesor del Sistema Argentino de TV Digital, SATVD-T:

Por eso, a partir de la digitalización de la TV, este gobierno pretende instalar una matriz productiva del Siglo XXI orientada al desarrollo de las industrias culturales, anclado en la televisión. Esta decisión política permitirá dar la batalla por un modelo cultural, en el que el Estado tiene la clara obligación y el deber de modelar opciones diferentes que se vinculen con otros aspectos y propuestas de la cultura, la información y el entretenimiento (Nemirovisci, 2013, p. 17.).

Como consignaron Pauloni, Codoni, Noske y Gómez (2015) el ambicioso plan de implementación de la televisión digital abierta (TDA) en Argentina consistía en una combinación de la modalidad terrestre (TDT) y de televisión digital satelital (TDS), que permitiría abarcar prácticamente la totalidad del territorio argentino en su diversidad geográfica. Según relata Guillermo Rus (2017) este cambio tecnológico fue financiado por el Estado, también como una forma de potenciar la industria nacional, generar competencias tecnológicas y crear empleo. En el gobierno de Cristina Fernández se impulsó con vehemencia la llamada *soberanía espacial argentina*, en la que la empresa pública ARSAT fue fundamental en el diseño y puesta en marcha de un complejo y vasto Plan Nacional que incluía:

- la construcción y puesta en órbita de 8 satélites argentinos en un plazo de veinte años, entre 2015 y 2035;
- la implementación de redes de digitales de transmisión (antenas y transmisores), así como su construcción y mantención
- implementación de una red pública a fibra óptica, para reducir la brecha digital;
- construcción y entrega de decodificadores.

Mastrini, Becerra, Bizberge y Krakowiak, 2012 ya destacaban el rol del Estado Argentino en la conducción del proceso de implementación de la televisión digital. Bizberge (2016, p. 4) lo resume y constata la baja conexión, señalando:

El Estado ha actuado como locomotora de un proceso incipiente, lo que ha permitido que la TDT se expandiera en Argentina más rápidamente que en otros países de la región, aunque todavía no alcance una penetración significativa. Un estudio reciente de la maestría en Industrias Culturales de la Universidad Nacional de Quilmes (2014) da cuenta de una penetración, para fines de 2012, del 5% del total de televidentes.

En términos operativos, ARSAT puso en órbita el primer satélite argentino, ARSAT y con ello fue posible la implementación de la televisión digital satelital. Guillermo Rus describe el proceso: «se inicia en RTA donde reciben los contenidos que conforman la grilla de los distintos canales que conforman los medios públicos. Se envían a ARSAT que los empaqueta y se envían al satélite. El satélite lo transmite a los receptores» (G. Rus, comunicación personal, 15 de noviembre de 2017).

La Ley de Servicios de Comunicación refrendó el propósito de implementación de la televisión digital. Como señalaron Pauloni, Codoni, y García Germanier (2014) desde un inicio la ley fue fruto de polémica entre el gobierno y los grandes

conglomerados de medios. En el actual escenario, si bien se la ley se encuentra vigente, sus articulados contra la concentración fueron derogados mediante decretos presidenciales (Marino, 2017). A continuación, se describen algunos de sus principios:

- La LSCA reconoce la comunicación como un Derecho.

Según señala un documento de la Defensoría del Público (2017, p. 6):

El Estado argentino, a través de su legislación actual, reconoce a todas las personas como productoras y receptoras de ideas, informaciones y opiniones. Es decir que consagra a la comunicación como un derecho humano, no como un negocio. Por eso la comunicación audiovisual tiene un interés para la sociedad y debe ser salvaguardada por el Estado.

Varios autores, entre ellos Marino, Mastrini & Becerra (2010) y también González, Pauloni & Codoni (2016) destacan la importancia de este marco regulatorio en la democratización de la comunicación. Mientras Marino, Mastrini y Becerra (2010, p. 11) señalan que esta legislación sitúa al «Estado como garante de derechos sociales a la comunicación».

- La LSCA modificó el sistema de medios en su conjunto, en especial respecto de la concentración.

La ley proponía reestructurar por completo el sistema de medios argentino. Los investigadores tenían grandes expectativas respecto de este marco legal y sus efectos en tres ámbitos centrales: primero en el sistema de medios que es altamente concentrado, en segundo término, sobre la centralización de la producción y finalmente en la existencia de medios públicos no gubernamentales. Un aspecto central establecido en la ley es la entrada de nuevos actores, mediante la reserva del 33% del espacio radioeléctrico que se destinará a organizaciones sin fines de lucro.

En un estudio acerca de la concentración realizada por el Consejo Nacional de televisión (2015, p. 27) se señala que esta ley «limita la concentración de licencias, sobre la base de los principios de diversidad, pluralidad y respeto por lo local», reduciendo a 10 las licencias que se pueden otorgar a un mismo concesionario y hasta un 35% del mercado potencial (Marino, Mastrini y Becerra, 2010, p. 17). La ley consideraba que aquellos grupos económicos que excedían esta cuota tenían plazo de un año para adecuarse enajenando las licencias que sobrepasen la medida establecida legalmente, a través de la puesta en marcha de un plan de desinversión.

Otro aspecto destacable en el ámbito de la regulación establecido por la ley era que impedía a las empresas del rubro telefónico acceder a la licencia de medios, adelantándose así proponer una norma legal en el escenario de la convergencia. Becerra y Mastrini (2019) señalan los peligros para el pluralismo y para la libertad de expresión que significa la concentración de las compañías de telecomunicaciones y de medios.

- La LSCA modificó la estructura de medios públicos y crea órganos de regulación.

Respecto de los medios públicos, la LSCA reconoce la existencia de medios estatales, en los que se incluye la radiodifusión universitaria, privados comerciales y no comerciales. Se establecen controles a los medios estatales por entes autónomo y se propone la participación de las minorías políticas para que no sean órganos de propaganda de los gobiernos de turno.

La ley creó dos entes reguladores: la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual, AFSCA y el AFTIC (Autoridad Federal de Tecnologías de la Información y la Comunicación). Son descritos por Becerra (2015a) de la siguiente forma: «AFSCA y AFTIC, organismos *descentralizados y autárquicos*, contaban con sendos directorios colegiados (con representantes del Poder Ejecutivo, del Legislativo y de consejos federales)».

Respecto de AFSCA la ley establece que su presidente debía ser designado por el Poder Ejecutivo, dos directores debían ser nombrados por el Consejo Federal de Comunicación Audiovisual (formado diversas organizaciones sociales, académicas, sindicales, pueblos originarios y medios públicos) y tres directores elegidos por el Congreso nacional.

En el artículo 19 se crea la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, entidad autónoma creada para «proteger los derechos del público de la radio y la televisión, que pasan de simples oyentes y televidentes pasivos a ser reconocidos como sujetos plenos de derechos» (Defensoría del Público, 2017. p. 17).

Asimismo, la ley crea el Consejo Federal de Comunicación Audiovisual, que tiene como funciones principales de asesoría a la AFSCA a la Defensoría del público, por ejemplo, respecto de licencias, eventos de interés general, denuncias y demandas de la ciudadanía respecto de la televisión, entre otras. Además, en términos normativos puede remover a los directores del AFSCA. Con el cambio de gobierno el COFECA se modificó por el Consejo Federal de Comunicaciones, cuya composición está controlada por el Ejecutivo.

- La ley fijó cuotas de producción nacional y fomentó la descentralización de la producción.

En cuanto a la producción de contenidos González, Pauloni & Codoni (2016, p. 25) califican este cuerpo legal como un «salto cualitativo histórico en el mapa comunicacional del país». Los autores especifican que «el proyecto proponía fijar cuotas de pantalla para la producción de contenidos nacionales, garantizar el acceso universal a los contenidos y a la programación considerada de interés relevante, y estipular cuotas de pantalla destinadas a la promoción del cine nacional».

Se produce una vinculación con otros entes productores de contenidos del país, ya que se establecen cuotas de pantalla para la producción: nacional de 60%, 30% de producciones propias y 10% independientes. Asimismo, los impuestos que pagan los radiodifusores por acceder al espacio radioeléctrico se destina a las industrias de cine y música nacional (Marino, Mastrini & Becerra, 2010, p. 17).

- La Ley contempla los Derechos a la Comunicación de Niños y Niñas.

A partir de las propuestas recogidas en los 10 Puntos para una televisión de calidad, ya citadas en el capítulo anterior, el artículo 17 de la Ley 22652 de Servicios de Comunicación Audiovisual de Argentina, según plantea Liwski (2012, p. 16) ordena la conformación de un organismo específico:

El Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia, multidisciplinario, pluralista, y federal integrado por personas y organizaciones sociales con reconocida trayectoria en el tema y por representantes de niños, niñas y adolescentes. Su funcionamiento será reglamentado por la autoridad de aplicación de la ley.

El llamado CONACAI tiene tres grandes líneas de trabajo que se pueden sintetizar como la promoción de la programación accesible para niños con discapacidad, promover el respeto de las normas que regulan el trabajo infantil y establecer criterios tanto aquellos que son positivos como señalar aquellos nocivos para los niños y niñas.

Liwski (2012) reseña otros logros de la ley en materia de derechos de la infancia a la comunicación los que describen en el siguiente articulado:

- a) La elaboración de propuestas dirigidas a incrementar la calidad de la programación dirigida a los niños, niñas y adolescentes;
- b) Establecer criterios y diagnósticos de contenidos recomendados o prioritarios y, asimismo, señalar los contenidos inconvenientes o dañinos para los niños, niñas y adolescentes, con el aval de argumentos teóricos y análisis empíricos;
- c) Seleccionar con base en un modelo objetivo de evaluación, los proyectos que se presenten al Fondo de Fomento Concursable previsto en el artículo 153;
- d) Propiciar la realización de investigaciones y estudios sobre audiovisual e infancia y de programas de capacitación en la especialidad;
- e) Apoyar a los concursos, premios y festivales de cine, video y televisión para niños, niñas y adolescentes y los cursos, seminarios y actividades que aborden la relación entre audiovisual e infancia que se realicen en el país, así como los intercambios con otros festivales, eventos y centros de investigación internacionales, en el marco de los convenios sobre audiovisual y cooperación cultural suscriptos o a suscribirse;
- f) Promover una participación destacada de la República Argentina en las cumbres mundiales de medios para niños, niñas y adolescentes que se vienen realizando en distintos países del mundo de manera bianual y apoyar las acciones preparatorias que se realicen en el país a tal fin;

- g) Formular un plan de acción para el fortalecimiento de las Relaciones del Campo Audiovisual que comprende cine, televisión, video, videojuegos, informática y otros medios y soportes que utilicen el lenguaje audiovisual, con la cultura y la educación;
- h) Proponer a los representantes del sector ante el Consejo Consultivo Honorario de los Medios Públicos;
- i) Promover la producción de contenidos para niños, niñas y adolescentes con discapacidad;
- j) Elaborar un Programa de Formación en Recepción Crítica de Medios y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, a fin de:
 - (1) Contribuir a la capacitación y actualización de los docentes para una apropiación crítica y creativa del audiovisual y las tecnologías de la información y las comunicaciones, en su carácter de campos de conocimiento y lenguajes crecientemente articulados entre sí.
 - (2) Formar las capacidades de análisis crítico, apreciación y comunicación audiovisual de los niños, niñas y adolescentes para que puedan ejercer sus derechos a la libertad de elección, de información y de expresión, en su calidad de ciudadanos y de públicos competentes de las obras audiovisuales nacionales e internacionales.
 - (3) Apoyar la creación y el funcionamiento de redes de niños, niñas y adolescentes en las que sus participantes puedan generar acciones autónomas de análisis y creación de sus propios discursos audiovisuales e instancias de circulación de los mismos, como parte inescindible de su formación integral y de su condición de ciudadanos.
 - (4) Aportar a la generación de condiciones de igualdad de oportunidades para el acceso a la información, conocimientos, aptitudes y tecnologías de la información y las comunicaciones que posibiliten la superación de la brecha digital y promuevan la inserción de los niños, niñas, adolescentes y jóvenes en la sociedad del conocimiento y el diálogo intercultural que ella reclama.
- k) Monitorear el cumplimiento de la normativa vigente sobre el trabajo de los niños, niñas y adolescentes en la televisión;
- l) Establecer y concertar con los sectores de que se trate, criterios básicos para los contenidos de los mensajes publicitarios, de modo de evitar que éstos tengan un impacto negativo en la infancia y la juventud, teniendo en cuenta que una de las principales formas de aprendizaje de los niños es imitar lo que ven.

- La LSCA fue fruto de acalorada polémica y de judicialización por parte de los grandes conglomerados de medios.

Autores como Marino, Mastrini y Becerra (2010) puntualizan que la norma fue y continúa siendo objeto de una ardua campaña de descrédito por parte de los grandes grupos económicos. Clarín, el mayor conglomerado medial argentino, en alianza con otros grupos buscó su impugnación por la vía judicial, por considerarla inconstitucional. Becerra (2015a) describe en su blog la complejidad de este proceso, con fallos de diversas instancias, tanto a favor como en contra de la LSCA, pero finalmente respalda su constitucionalidad:

En octubre de 2013 la Corte Suprema de Justicia validó la constitucionalidad plena de la ley. Los artículos objetados por el Grupo Clarín eran pocos, pero trascendentes y aluden a la multiplicidad de licencias que un grupo de medios puede operar, a los derechos adquiridos de los licenciatarios y a las condiciones de transferencia en caso de superar el límite de concentración determinado por ley. Una mayoría consistente de la Corte avaló la vigencia de los artículos cuestionados y sentenció que la ley no afecta el derecho a la libertad de expresión ni pone en riesgo la sustentabilidad del grupo. Dijo que Clarín debe adecuarse a la ley audiovisual. La Corte también dijo que el Gobierno debe cumplirla y respetarla, después de mencionar –sin que fuera el tema central del fallo– varias inconsistencias del kirchnerismo al respecto.

- Desde su inicio la puesta en marcha e implementación de la Ley fue resistida y polémica.

Tras seis años de la promulgación de la ley, Becerra (2015, 28 de septiembre) hace un balance en la implementación de esta y sus aspectos pendientes, señalando que «casi ninguno de esos objetivos fue alcanzado. La norma fue primero judicializada y luego aplicada selectivamente por el propio Gobierno y, en diciembre de 2014, modificada en uno de sus ejes centrales (la desconcentración) por la ley Argentina Digital».

La mencionada Ley 27.078 Argentina Digital, reguladora de los Servicios de Telecomunicaciones fue promulgada en diciembre de 2014 establece como un derecho el acceso a la comunicaciones y telecomunicaciones, pero en oposición a la LSCA, en su artículo primero establece que «excluye cualquier tipo de regulación de contenidos, cualquiera fuere su medio de transmisión». Esta norma también permite la entrada al negocio de las telecomunicaciones de grupos con participación en la radiodifusión, en oposición a lo señalado por la LSCA.

Becerra (2015, 9 de octubre) resume los desafíos posteriores al gobierno de Cristina Fernández:

El futuro presidente argentino hereda un mapa de medios de propiedad mixta, fuertemente polarizado en torno del kirchnerismo, con leyes clave muy parcialmente aplicadas. Deberá resolver la adecuación de casi todos los grupos concentrados a la ley audiovisual, encarar las contradicciones normativas hondas entre esa norma y la más reciente Argentina Digital, tramitar la

extinción del plazo de licencias de radio y televisión, la transición hacia la TV digital terrestre, la redefinición de iniciativas como FpT, la dependencia económica de la pauta oficial de medios, productoras y periodistas y la gubernamentalizada información de los medios estatales. Tendrá que gestionar una innovadora red de señales temáticas del Estado, algunas de notable calidad, y responder la demanda de actores sin fines de lucro que, con la excepción de la Iglesia católica y algunas cooperativas, fueron postergados en su reclamo de legalización.

Lejos de concretar la paulatina entrega del 33% de frecuencias del espectro radioeléctrico para su gestión por parte de actores sociales sin fines de lucro (una de las mayores innovaciones de la ley) la mayoría de los medios autorizados a funcionar tras la sanción fueron emisoras estatales.

- El gobierno de Mauricio Macri anuló mediante decretos artículos centrales de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Cuando Mauricio Macri asumió el gobierno, promulgó una serie de decretos que volvieron a fojas cero algunos de los puntos sustantivos de la ley, referidos a la concentración, con la excusa de la convergencia entre los sectores audiovisual, la telefonía y los datos. Se promulga el Decreto de Necesidad y Urgencia (DNU) 267/15 que según Alaniz, Mandakovic y Parisi (2017, p. 11).

Mediante el Decreto Nº 13/2015 crea el Ministerio de Comunicaciones. Bajo el mandato de esta institucionalidad se subordina y se interviene la labor de la AFSCA y AFTIC y se crea un nuevo organismo, ENACOM, dependiente de dicho ministerio y con autoridades mayoritariamente nombradas por el Ejecutivo. Becerra (2015a) describe las implicaciones del polémico proceso:

La creación del Ministerio de Comunicaciones y la decisión de intervenir AFSCA y AFTIC modifica por vía de decreto dos leyes votadas por el Congreso, con amplio apoyo legislativo y –en el caso de la ley audiovisual– sostén de la sociedad civil organizada y resistencia de algunos grandes conglomerados multimedios y de un sector de la sociedad civil que, sin tener experticia en el tema, asimió la ley a su aplicación.

Alaniz, et al. (2017, p. 12) precisan los alcances de estos decretos:

El DNU planteó que las licencias serán susceptibles de prórrogas sucesivas con una primera renovación por cinco años de manera automática y posteriormente prórrogas por plazos de diez años que serán evaluadas y asignadas por el ENACOM. En cuanto a la transferencia, habilita la posibilidad de venta a la vez que amplía de diez a quince el límite de licencias de radio y televisión abierta. En tal sentido, y desde una mirada crítica, el argumento de aprovechar los beneficios de la convergencia tecnológica allana el camino para que las empresas telefónicas puedan ingresar al mercado de la televisión por cable en un plazo de dos años, mientras habilita a los grupos de medios a ingresar en el mercado de la telefonía inmediatamente.

A la vez, el Decreto Nº 12 /2015 crea el Sistema Federal de Medios y contenidos públicos que modifica las funciones de Radio y Televisión Argentina. Ante la impopularidad de la anulación de aspectos de la ley por la vía de decretos, el Presidente Macri se comprometió a formular una nueva ley en 180 días, orientada a la convergencia, para lo que estableció un consejo asesor. Becerra (2017) apunta que los organismos encargados de la regulación del sector fueron intervenidos durante ese período, pero habiendo concluido el gobierno de Macri, esta ley no registra avances.

1.2.1.3. La Ley de introducción de la televisión digital terrestre en Chile

Si se mira el contexto mundial, la introducción de la TDT en Chile ha sido tardía. La adopción de la norma brasileño-japonesa fue fruto de una larga discusión y la Ley 20.750 del 29 de mayo 2014 –que posibilita la introducción de la televisión digital terrestre– aprobada recientemente. El «apagón analógico» está en agenda para el año 2020, actualmente existen las transmisiones en TDT demostrativas o experimentales (Ley 20.750, 2014). En el nuevo contexto tecnológico, el año 2014 se promulga la Ley de Televisión Digital, que entre otras cosas estipula el rol del CNTV:

Cuya misión es velar por el correcto funcionamiento de todos los servicios de televisión que operan, u operen a futuro, en el territorio nacional. Estará dotado de personalidad jurídica y de patrimonio propio, y se relacionará con el Presidente de la República por intermedio del Ministerio Secretaría General de Gobierno.

Se redefine el correcto funcionamiento de estos servicios televisivos, ampliando la labor de supervisión que realiza el órgano regulador de la televisión chilena. Antes de la ley los ámbitos considerados como correcto funcionamiento eran sólo 8 elementos: respecto a los valores morales y culturales de la nación; respeto a la dignidad de las personas; protección de la familia, resguardo del pluralismo; la Democracia; la Paz; cuidado del Medio ambiente; cuidado de la formación espiritual e intelectual de niños y jóvenes. A estas dimensiones la Ley 20.750 suma otros temas que permitan contar con una adecuada noción de pluralismo, que se define de la siguiente manera:

Para efectos de esta ley, se entenderá por pluralismo el respeto a la diversidad social, cultural, étnica, política, religiosa, de género, de orientación sexual e identidad de género, siendo deber de los concesionarios y permisionarios de servicios de televisión, regulados por esta ley, la observancia de estos principios (Ley 20.750, de 2014).

En términos del sistema de televisión, se plantea un nuevo modelo que permitirá ampliar la oferta, mediante una serie de ajustes. El CNTV (2017a) define cada una de las categorías:

- Nacional: presencia en más del 50% de las regiones del país. Es requisito esencial que transmitan su señal principal con una calidad de alta definición (HD).

- Regional: presencia en una o más regiones, pero en no más del 50% de las regiones del país. En caso de presencia en sólo una región debe tener alcance efectivo igual o superior al 25% de la población, o cobertura igual o superior al 50% de las comunas de la región.
- Local: alcance efectivo inferior al 25% de la población de la región, y con una cobertura inferior al 50% de las comunas de dicha región.
- Local Comunitario: cobertura dentro de los márgenes de presencia establecidos para los concesionarios de cobertura local, no podrán formar cadenas ni redes de manera permanente. Sin fines de lucro. Este último tipo pasará de la a-legalidad en la que opera hoy en día a un legítimo rol en el sistema televisivo: será debidamente concesionado y contará con acceso a fondos concursables del Estado.

El segundo ajuste es que el paso de la transmisión a la banda UHF permitirá concesionar las frecuencias disponibles y cada señal podrá con múltiples canales, ampliando la cantidad de canales de manera notoria. Acerca de esto, la web del CNTV precisa: «El plan de radiodifusión televisiva (decreto N°167), encomendado por la Ley N°20.750 de TV Digital, asignó para la televisión digital en la banda UHF los canales entre el 21 y el 51».

En término de las concesiones, se transita de un único operador a una serie de actores: aquellos que transmiten con sus propios recursos infraestructura, antenas; los operadores con medios de terceros, es decir, con la infraestructura de transmisión de otros; operadores que combinan los dos esquemas anteriores e incluso otros concesionarios que podrán ofrecer otros servicios de emisión de datos (*datacasting*).

La ley establece que es el CNTV el que entrega las concesiones disponibles mediante concursos públicos, difundidos entre la ciudadanía y que es la Subsecretaría de Telecomunicaciones, Subtel, la que administra los aspectos técnicos, tales como la disponibilidad del espacio radio eléctrico a lo largo del país. Como se señala en la web del CNTV:

El CNTV debe otorgar, modificar y poner término a las concesiones de radiodifusión televisiva de libre recepción. También, le compete pronunciarse acerca de la transferencia, cesión, arrendamiento u otorgamiento del derecho de uso de la concesión de radiodifusión televisiva de libre recepción.

En términos programáticos, la nueva ley establece la obligación de los canales de emitir cuatro horas de programas culturales a la semana. La ley también define qué se entenderá por contenidos culturales: aquellos contenidos que contribuyan a la formación cívica de las personas; los que emanen de las identidades multiculturales existentes en el país, los que aporten a fortalecer las identidades nacionales, el patrimonio nacional y mundial.

La Ley 20.750 otorgó a TVN un estatus especial al ser la única concesionaria vigente que podrá optar a una segunda frecuencia:

Sin perjuicio de lo dispuesto en el inciso anterior, no podrán otorgarse nuevas concesiones con medios propios a aquellas personas jurídicas que ya sean titulares de una concesión de la misma naturaleza, o bien controlen o administren a otras concesionarias de servicios de radiodifusión televisiva de libre recepción, que hayan sido otorgadas por concurso público, en la misma zona de servicio, salvo que se trate de una segunda concesión con medios propios a que puede optar Televisión Nacional de Chile (Ley 20.750, 2014).

La puesta en marcha de la TV digital en Chile se inicia con el Plan de Radiodifusión Televisiva. En 2017 se abrieron los primeros concursos para optar a las 116 frecuencias disponibles a lo largo del territorio nacional. Según la web del CNTV (www.cntv.cl, marzo de 2018):

Hay 849 concesiones de televisión de tecnología analógica las que ya se encuentran en proceso de migración a tecnología digital. A la fecha, han ingresado al CNTV 91 solicitudes de migración a tecnología digital, de las cuales, se han otorgado 74 concesiones digitales y las restantes 17 solicitudes están a espera de aprobación de su proyecto técnico por SUBTEL.

La página web señala que, de los 10 concursos abiertos, sólo dos se encuentran finalizados: el Concurso #1 de frecuencias de Valparaíso que ya fue adjudicado y el Concurso #5 Local Comunitario, que también se encuentra otorgado. Otros 7 concursos se encuentran en proceso de adjudicación y el Concurso #10 de la ciudad de Osorno está en proceso de revisión de carpetas.

A enero de 2019, de las 37 frecuencias adjudicadas para televisión nacional, regional, local y comunitaria, sólo 22 ya han sido otorgadas en forma definitiva. Según se señala en la Tabla 8, cinco de ellas corresponden a señales de tipo comunitario, seis a frecuencias locales, 9 regionales y dos de alcance nacional. En febrero de 2018 se adjudicaron las primeras concesiones de TV digital a los canales comunitarios. Entre marzo y agosto de 2018 se otorgaron definitivamente las concesiones a los canales de las localidades de Arica, Peñaflor, Talagante e Isla de Maipo, La Victoria, comuna de San Joaquín en la región Metropolitana, Pichilemu en la región de O'Higgins y Concepción en el Bío-Bío. Por primera vez los canales locales comunitarios pasarán a contar con un estatus legal, acorde con la legislación vigente. Investigadores como Sáez- Baeza (2012) y Saéz Baeza y Santander (2016) han expresado sus reparos al sistema que, por ejemplo, tiene barreras de entrada muy altos para precario funcionamiento de las televisiones comunitarias y porque no se garantiza que este tipo de televisión y la de contenidos locales logre subsistir aun cuando haya obtenido una concesión. Como señalan Villarrubia Martínez, Aguaded Gómez y Delgado Ponce (2019) la definición y otorgamiento de licencias en curso señales determinará el panorama de la TV digital en Chile para los próximos veinte años.

Tabla 8. Concesiones de TV digital otorgadas en forma definitiva, por tipo y región *					
Región / Canal	Comunitario	Local	Regional	Nacional	Total
Arica y Parinacota	1	1	1		3
Tarapacá				1	1
Atacama		1			1
Coquimbo			1		1
Valparaíso		3	4	1	8
O'Higgins	1	1			2
Maule			3		3
Bío-Bío	1				1
Metropolitana	2				2
Total	5	6	9	2	22

Fuente: Elaboración propia con datos web CNTV, 2018. *Proceso en curso.

1.2.3. Definiciones en el escenario multipantalla

Cada cierto tiempo aparece el tema de la muerte o desaparición de la televisión, por lo que cabe relativizar esta apreciación. Pérez de Silva (2000), Cabero (2005), Fuenzalida (2008), Prado (2010 y 2015), Orozco et al. (2012) señalan que hay un importante cambio en las formas de hacer, ver y recepcionar la televisión en esta era, marcada por la introducción de la televisión digital y la irrupción de nuevos medios. Algunos autores definitivamente cuestionan críticamente posturas que señalaban el fin de las audiencias y la «muerte de la televisión» (García Matilla, 2005; Orozco, Navarro, & García Matilla, 2012, Prado, 2015). Según comenta Emili Prado:

Los cambios en el panorama mediático han estimulado una nueva ola de pronósticos sobre la muerte de la televisión, algo que se produce cíclicamente con cada innovación tecnológica aparecida desde el nacimiento de la televisión. Unos pronósticos alimentados por poderosos intereses de diversos actores entre los que destacan las corporaciones tecnológicas y sus estrategias de marketing para legitimar las ventajas de sus respectivos dispositivos (2015, p. 39).

Pérez de Silva, autor del libro *La televisión ha muerto. La nueva producción audiovisual en la era de Internet: La tercera revolución industrial* (Pérez Silva, 2000) da cuenta de varios procesos de cambio. Uno de ellos es el abandono del «televisor» y su reemplazo por aparatos inteligentes, que además de permitirnos ver la televisión, posibilitan la conexión a la red. Además, el autor se refiere a la «muerte de la actual forma de hacer televisión», que da paso a los portales de TV (con alternativas *on demand* y *streaming*). Pérez Silva también recoge esta idea de la «muerte de la actual forma de ver televisión», aludiendo a deslocalización y a la no linealidad del consumo televisivo, gracias al uso de las pantallas móviles que permite a los sujetos la posibilidad de escoger qué, dónde, cuándo y cómo ver televisión.

Prado (2015, p.40) propone una división de la historia de la televisión en 4 grandes fases, según es posible ver en la tabla siguiente:

Tabla 9. Etapas en la historia de la TV			
Fase	Denominación	Período	Características
1	Hertziana Analógica	Nacimiento de la TV - 1980	Primera etapa en la que se configuran las características propias de la TV.
2	Analógica multicanal	1981-1995	Primera multiplicación de la oferta de canales (cable y satélite)
3	Multicanal digital	1996-2008	Proceso de transición digital previo al apagón analógico
4	Todo digital y en red	2009-...	Desde el primer apagón analógico en Estados Unidos hasta hoy.

Fuente: Elaboración propia sobre definición de Prado, 2015.

Así pues, en la etapa *todo digital y en red*, el universo televisivo está configurado, como se refleja en el esquema, por la televisión que utiliza como vía de difusión los soportes tradicionales que fue acumulando en las etapas precedentes (hertziano terrestre, cable y satélite) convenientemente actualizados para la televisión digital, y por las nuevas redes de distribución de señales de video, utilizando el protocolo de Internet, también llamado ITPV (p. 41).

Hasta ahora no se ha producido la muerte de la televisión, sino su diversificación. Es posible señalar que, pese a que existen nuevas formas de ver televisión, por ejemplo, en diferido, se podría decir que la televisión tiene un rol protagónico –como la pantalla principal– en el consumo audiovisual que las audiencias realizan hoy en diversas plataformas (Barlovento, 2016, p. 5).

Steemers (2017) analiza las políticas públicas en apoyo al sector de la televisión pública infantil en este momento de cambio. Ella considera que ha fallado el mercado de la televisión infantil en el Reino Unido por dos razones, la primera, es la insuficiente asignación de recursos para contenidos infantiles y la segunda, la poca capacidad para generar contenido local propio o «*domestically produced content*» (p. 4). La autora indica que, salvo Estados Unidos, la mayoría de los países no es capaz de generar contenidos locales propios para alimentar sus propios mercados y que sirva para reforzar la identidad de sus audiencias. Las políticas públicas que se formulen para solucionar este problema deben, según la autora, estar en sintonía con el nuevo contexto tecnológico, comprender a las audiencias infantiles. Por ejemplo, las restricciones de la publicidad dirigidas a los más pequeños han hecho menos atractivo el mercado para producir contenidos destinados a la infancia, los que obtienen ganancias referidas al mercadeo de productos asociados.

Steemers (2017, p. 10) considera que las políticas públicas adoptadas por diferentes países (Australia, Canadá, Francia) y por el Reino Unido como establecer sistemas de cuotas de programación infantil, imponer tasas a los canales comerciales para el subsidio a la producción, la generación de fondos concursables y los incentivos tributarios, se centran más en las empresas televisivas que en la migración de las audiencias infantiles a otras plataformas. Steemers cita a la directora de BBC infantiles, Alice Webb, quien describe la dificultad en el proceso de transición de las señales públicas hacia la convergencia (2017, p. 7):

In meeting these challenges of distribution and access, all broadcasters, aggregators and producers need to establish how they will fund new online and digital initiatives from less certain funding environment, seeking, in the words of Alice Webb, Director of BBC Children's to ride the «two horses» of online and broadcast platform simultaneously.

Pero ¿qué es la convergencia en el contexto digital? CNTV (2015c, p. 11) describe algunas de sus características:

- Incremento en la penetración de la banda ancha. Tanto en hogares como a través de dispositivos móviles.
- Digitalización de los contenidos. Producción en soportes digitales.
- Disminución de los costos de producción. Mayor cantidad de generadores de contenido.
- Desdibujamiento de la frontera entre sectores. Grandes actores en comunicación que proveen diferentes servicios (televisión, telefonía, Internet, etc.)
- Globalización de los mercados (distribución de contenidos de manera global).
- Separación entre servicio y transporte. La plataforma digital es el medio de transporte de los distintos servicios (por ejemplo: llamadas, televisión por Internet).

Según señala Scolari (2008), citando a Salaverría, es posible distinguir 4 dimensiones en la convergencia: empresarial, tecnológica, profesional y comunicativa, siendo esta última la referida a las «hibridaciones semióticas que se verifican en las narrativas multimedia» (2008 p. 101):

- Nacimiento de una nueva retórica multimedia (convergencia retórica).
- Expansión de algunos lenguajes y medios.
- Convergencia de servicios (una misma información se distribuye en varios canales).

Scolari (2008) también aporta el concepto de hipermediaciones para describir el momento actual en el que los individuos están más allá de un entorno mediado y lo define desde la fractura del espacio-tiempo que representa el entorno digital, donde el aquí y ahora se confunden y deslocalizan. Dice Scolari «El tiempo de las hipermediaciones es policrónico, reticular y discontinuo» (2008, p. 281) en el que no tiene sentido la grilla programática, con sus horarios y con la imposibilidad de acceder una y otra vez a los productos mediáticos. Asimismo, el autor precisa que el espacio de las hipermediaciones es donde ocurre la relación entre los individuos y en la que se integran los medios tradicionales (2008, p. 277):

Este espacio resignificado donde se asientan comunidades virtuales y la distancia se mide en clics es el lugar donde nacen y evolucionan las nuevas formas de comunicación. Cuando definimos las hipermediaciones como una trama de procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que engloba una cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular, lo hacíamos pensando en este espacio.

Pero el espacio de las hipermediaciones es particular: se presenta como un agujero negro que atrae a los medios masivos, los absorbe e integra dentro de su propio dispositivo intertextual de contaminación.

Al contrastar las mediaciones con las hipermediaciones, Scolari (2008, p 116) propone que las primeras están referidas a los medios analógicos, mientras las hipermediaciones se refieren a los soportes digitales. Asimismo, las mediaciones se realizan sobre estructuras textuales lineales y en el actual escenario en estructuras otras complejas y conectadas (hipertexto). Respecto de las audiencias en el modelo de las mediaciones si bien se considera al consumidor como activo, en el contexto de las hipermediaciones es un colaborador indispensable en la propagabilidad de los contenidos. Otros aspectos diferenciadores serían que las mediaciones están basadas en la monomedialidad y las hipermediaciones en la convergencia. Scolari plantea tanto en su texto de 2008 como en la introducción al libro *Cultura Transmediática* de Jenkins, Ford y Green (2013) que lo que se ha producido es un cambio cultural: del modelo del *broadcasting* en el que unos pocos distribuían contenidos y se buscaba generar «experiencias unificadas» en la audiencia, con una interactividad limitada, se pasa al paradigma de la propagabilidad (*spreadability*), en el que los contenidos están hechos para ser releídos y compartidos, con una fuerte injerencia de las audiencias prosumidoras. Scolari aclara que esta participación de las audiencias es compleja y diversa, producto de una tensión con la industria, por conceptos como el derecho de autor. Se trata además de un tema de mercado y puntualiza: «¿Por qué los contenidos se expanden y despliegan a través de muchos medios y plataformas? Porque, como dicen los autores, si no lo hacen, mueren» (Jenkins et al., 2013, p.11).

Scolari en su lectura a Jenkins, Ford y Green señala que la convergencia más que un asunto tecnológico es un tema general que afecta a las *audiencias* –su acceso a ver y producir contenidos en diferentes soportes y lugares–, los *géneros* –historias que se inician en una plataforma pueden tener relatos paralelos, complementarios y divergentes en otras–, los *mercados* – ya no se define sólo por cercanía física, sino puede encontrarse afinidad en lo más remoto– y las *industrias* que ahora son deslocalizadas, globales y cuentan con giros de negocio variados, que van desde la producción de contenidos a la provisión de tecnología (Jenkins, et al., 2013, p. 9).

En el documento del CNTV (2015c, p. 2) se define a los OTT como:

Un servicio *Over The Top* (OTT) es aquel que se entrega mediante Internet, pero en cuya provisión el proveedor (ISP) no tiene mayor influencia. El ISP actúa simplemente como infraestructura mediante el cual el servicio es entregado al consumidor. En algunos casos el OTT puede ser un competidor directo de otros servicios comunicacionales (WhatsApp vs. Mensajes SMS; Skype vs. llamadas telefónicas tradicionales).

Cabe señalar, que la cultura transmediática promueve una mayor participación de los *grassroots*, según señalan Jenkins, Ford y Green (2013, p. 23). Ya que se trata de un campo dinámico y abierto todo puede suceder, que el uso de la tecnología sea un aporte a la democratización o bien, sirva para ahondar en modelos que limiten a los ciudadanos. Esta visión de es compartida por otros estudiosos como Orozco:

Esta «transmedialidad» de la difusión y recepción por una parte y por otra, la creciente ubicuidad de las audiencias y su hiperconectividad, han reforzado la impresión de que el consumo mediático se ha vuelto automáticamente productivo al quedar bajo el control de los consumidores, internautas, videojugadores, cinéfilos y/o televidentes, etc., sin advertir siempre que gran parte de los intercambios en el consumo son reactivos, sin que lleven aparejada una reflexión previa y que no solo por ser diferidos y transmediales presenten necesariamente un germen de creación y relación horizontal (Orozco, et al., 2012, p. 70)

Respecto del impacto de la convergencia en las audiencias, Jenkins, Clinton, Purushotoma, Robinson y Wiegel (2009, p. 48) define la convergencia cultural como un fenómeno social que transforma todo el panorama de medios incluyendo el rol de los consumidores que pasan a ser productores:

In short, new media literacies involve the ability to think across media, whether understood at the level of simple recognition (identifying the same content as it is translated across different modes of representation), or at the level of narrative logic (understanding the connections between story communicated through different media), or at the level of rhetoric (learning to express an idea within a single medium or across the media spectrum). Transmedia navigation involves both processing new types of stories and arguments that are emerging within a convergence culture and expressing ideas in ways that exploit the opportunities and affordances represented by the new media landscape. In other words, it involves the ability to both read and write across all available modes of expression.

Buckingham (2000) plantea aspectos que cuestionan la mirada determinista tecnológica, tanto a favor del uso de los nuevos medios como en contra, y ejemplifica como ciertos aspectos no contribuyen a democratizar su uso, entre ellos el dominio de empresas multinacionales que controlan el acceso a la tecnología y los contenidos, la vigilancia del comportamiento de los usuarios que realizan las compañías, el sesgo norte-sur del tráfico de Internet, entre otras. Por ello, el autor señala: «La pretensión de que los nuevos medios proporcionan necesariamente una mayor diversidad o libertad de elección –en contraposición a un simple incremento de la cantidad (y, por consiguiente, de la rentabilidad)– dista de estar comprobada» (p. 67).

Por otra parte, al analizar la capacidad de los sujetos como productores en el escenario convergente, Aparici y García-Marín (2018, p.71) consideran las teorías detrás de los conceptos *prosumidor*, que asocian a una perspectiva económica con un «sujeto alienado e integrado a la lógica de mercado» y el concepto de *emirec* (emisor /receptor) propuesto por Cloutier, centrado exclusivamente en la comunicación y que según los autores «evoca una relación horizontal y una isonomía entre comunicadores profesionales y *amateurs*» (p.71). Los autores consideran que el concepto de prosumidor nace vinculado a las visiones económicas de la Tercera ola de Toffler. Citan a Tapscott al considerar que con el nacimiento de la web 2.0 la participación de las audiencias resulta fundamental para el capitalismo digital, ya que sus formas de

relaciones, consumos y datos personales se transforman en eje de la actividad económica:

En las plataformas digitales y las redes sociales, los usuarios constantemente crean y reproducen contenido y perfiles que contienen datos personales, relaciones sociales, afectos, comunicaciones y comunidades. En este modelo, todas las actividades online son almacenadas, evaluadas y mercantilizadas (Aparici & García-Marín, 2018, p. 73).

Aparici y García Marín (2018) consideran limitada la participación de los sujetos como prosumidores, en tanto serían fans o públicos. En esa línea, citan el estudio de Berrocal, Campos Domínguez y Redondo de 2014 que determinó que en general el prosumo es reducido, tiende a reforzar los mensajes predominantes y mayoritarios «...ejerciendo un escaso nivel de empoderamiento y capacidad crítica» (2014, p.75). En contraste con la visión mercantil del prosumidor, recogen de autores como Jenkins, Dezuanni y Burn principios esenciales que podrían potenciar el concepto *emirec* a partir de generar nuevas lógicas comunicativas. Según Aparici y García Marín (2018, p. 75) estos principios serían: primero, la convergencia profesional / *amateur*, al favorecer los medios esas interacciones. Segundo, el principio de isonomía que se produce por la ruptura de las grandes hegemonías mediáticas. En tercer lugar, la libertad y negociación, a través de redes colaborativas. Cuarto, medios de afinidad y horizontalidad, medios segmentados y comunidades de interés. Quinto, la impugnación del modelo *broadcast* que busca extender las marcas a nuevas plataformas en vez de propiciar canales participativos. Sexto, la hibridación humano-máquina, donde la interacción de los usuarios y algoritmos puede generar nuevas prácticas mediáticas. Finalmente, la inteligencia colectiva y metáfora de la biblioteca, que permite mirar a los medios como repositorios de recursos culturales para el uso de los *emirecs*.

1.2.4. De la televisión tradicional a las plataformas

La aparición de la televisión a través de Internet es un fenómeno mundial. Páez Treviño señala que ya en 2009 se registraron experiencias en Estados Unidos bajo la denominación *Television Everywhere* y que se trató de una oferta de televisión bajo demanda implementada como un servicio de abono de la televisión de pago. En adelante tanto las señales de televisión como las empresas de telecomunicaciones han desarrollado sus propias plataformas de contenidos, con mayor o menor éxito. En la colonización que la televisión hace de otros dispositivos Campos Freire (2013, p. 89) ya anticipaba que el futuro de la TV europea sería «híbrido, convergente y cada vez menos público». Asimismo, el autor puntualiza los desafíos de la TV pública:

Las cuatro grandes preocupaciones de la televisión pública europea en esta segunda década del siglo XXI son: lograr mantener la financiación suficiente para garantizar su viabilidad, tratar de estar presente en todas las plataformas posibles de difusión y sobre todo en Internet, avanzar y acertar en los procesos de reestructuración sin dañar los principios generales de servicio público de

calidad y lograr mantener la credibilidad a través de la mejora de la gobernanza (p.113).

Esta situación trae aparejada una serie de complejidades asociadas a la industria y al mercado: producción, avisaje publicitario y financiamiento que han sido ampliamente estudiadas. Mientras Becerra y Mastrini (2019) exponen los problemas para la libertad de expresión que supone la concentración de los proveedores de servicios de Internet y de la televisión, otros autores ponen el acento en las posibilidades que el entorno convergente permite a los medios de servicio público, como Gunn Enli (2008). A partir de un análisis de los canales de servicio público de Reino Unido, Noruega, Estados Unidos y Suecia y de su incursión en las plataformas llega a sostener que la misión pública debe redefinirse como «entretenimiento, educación y participación» por la centralidad que adquiere el rol activo de las audiencias (Gunn Enli, 2008a, p.105).

La mayoría de las señales públicas cuentan con una oferta multiplataforma (segundas señales digitales, aplicaciones móviles). Gunn Enli (2008b) comenta que en 2002 *BBC* lanzó dos canales infantiles: *CBBC* para niños entre 6 y 12 años y *CBeebies* para infantes de 3 a 6 años reconociendo que no son un mismo *target*. SVT el canal público de Suecia lanzó el mismo año *Barnekalanen*, mientras que en 2007 la señal estatal *NRK* hasta ese entonces único proveedor de contenidos infantiles, lanzó *NRK Super* en la TDT con un énfasis multiplataforma.

Azurmendi (2018, p. 931) se refiere al fallo del Tribunal de Justicia y la Comisión Europea que estiman que los servicios multiplataforma desarrollados por los medios públicos deben servir «a las necesidades sociales, culturales y democráticas de una sociedad. Deben aportar un valor añadido de servicio público». Paéz Treviño (2016) detalla las diferencias entre la televisión tradicional y la TV-OTT señalando que un aspecto central es la desprogramación de contenidos, es decir que a partir de la existencia de un catálogo establecido se produce la pérdida de franjas horarias y publicitarias. Otras características serían la dependencia de la TV-OTT de la conectividad a Internet, la ausencia de licencias para operar, la posibilidad de recepción en múltiples dispositivos. Asimismo, describe que existe más de una unidad de negocios, ya que puede ser provisto como un servicio adicional a un paquete de tv de pago o Internet, o bien ser independiente de ambos. Y aclara que el sistema de reproducción puede ser bajo demanda o bien en vivo. La incursión de empresas de televisión de pago y generalista y de telecomunicaciones en el campo de la TV-OTT es un mundo abierto a la discusión, tanto por su forma de regulación, o la falta de ella, aspectos de negocios vinculados a la libre competencia y a los modos de financiamiento.

Feitosa (2015, p.244) plantea que el lenguaje de la televisión, *su forma de hacer* es la que está presente en los nuevos medios como *Youtube*:

A televisão tornou-se um meio com uma alta capacidade de imersão, onipresente, ao perpassar todos os dispositivos. Apesar de apresentar diversas formas, tamanhos e definições, ela não66 perdeu as suas peculiaridades nem a linguagem pela qual a reconhecemos. A essência de sua linguagem habita nos

aparelhos celulares, automóveis, ônibus, computadores, *tablets*, nas projeções, na TV de rua ou na Internet, por meio da IPTV e do *YouTube*. O telespectador possui um letramento televisivo intuitivo, uma cognição natural para as mídias. Fomos alfabetizados pelo audiovisual por osmose e, por isso, somos capazes de criticar construtivamente, refletir sobre a qualidade de um conteúdo e até propor um novo formato de programa, vídeo ou caminhos para um roteiro. O *YouTube* é a maior prova disso; desde o início da sua popularização pelo mundo, temos acompanhado a concepção de vídeos em formatos livres, criativos e surpreendentes. Muitos deles acabaram por ser repercutidos na própria televisão tradicional e até ganharam espaços na publicidade.

Páez Treviño (2016, p. 93) concuerda en que un aspecto central en estos tiempos es el tránsito de los productos audiovisuales por diferentes pantallas en su proceso de distribución y en todas direcciones, desde el cable a la televisión generalista, del cine a la TV *premium*:

Normalmente, la exclusividad del estreno de los programas correspondientes a la ventana de los paquetes *premium* de la TV paga. Luego, le siguen el PPV, los abonos básicos y finalmente la TV abierta. En el caso del cine, la primera ventana de exhibición es para las salas.

La autora también describe el tráfico inverso en el que las productoras para Internet, como Netflix, Amazon y otras entregan sus contenidos a la televisión. Y agrega «De hecho casi la totalidad del contenido existente en las plataformas *online* se presentó previamente en los servicios de TV paga o abierta» (Páez Treviño, 2016, p.93). Respecto del *rating*, Livingstone y Local (2017, p. 76) proponen que más que medirlas según cada dispositivo, se haga una medición de audiencia de los contenidos vistos en las diferentes plataformas y servicios, ya que sólo así podremos realmente saber si el público infantil ve lo mismo en otras pantallas o ve cosas nuevas en la red.

Cha (2016) analizó las motivaciones que guían el uso que se hace de la televisión, en el contexto de la existencia de plataformas digitales, ahora que puede separarse el uso propiamente de la televisión respecto del visionado del contenido, por otras vías. Consistentemente una de las preguntas de su estudio es por qué en el contexto multipantallas las audiencias eligen la televisión. Su investigación se centra en usuarios de la televisión social, que define como la integración de televisión y redes por la comunicación –mensajería, redes, audios, textos– que hacen los televidentes a través de diversos dispositivos y que es más evidente en los grandes eventos, como el *Super Bowl*, pero que es también cada día más cotidiana. El estudio concluye que ante la diversidad de soportes para ver contenidos las motivaciones para usar la televisión serían algunas de naturaleza práctica como la cercanía con el medio, su facilidad de uso, la posibilidad de hacer otras cosas a la vez, pero también se mencionan otras dimensiones más bien afectivas, ya sea por la nostalgia, la calidad y la posibilidad de ver con otros. En síntesis: «menos distracción, compañía, calidad, relajación, conveniencia, co-visionado, familiaridad, nostalgia y programas en vivo» (p.5).

Considerando la interrelación de los distintos dispositivos Cha (2012, p. 3) señala que estudios no han sido concluyentes respecto de si un contenido obtiene

mayor cantidad de comentarios a través de redes sociales, su rating aumenta y que ello depende más del género del programa.

Cha cita otra investigación conducida por Cha y Chan-Olmsted (2012) que compara la televisión con plataformas digitales, concluyendo que no existían grandes diferencias entre ambos medios respecto de la «satisfacción de las audiencias en el alivio del aburrimiento, compañía, escape, y necesidades de interacción social» (p. 2). Considerando el público infantil, Steemers (2016, p. 13) plantea que la misión de servicio público de las grandes empresas de televisión no funciona en todos los escenarios, pero que aplicaría en el contexto de la variedad de soportes, justamente porque la misión supone una preocupación preferente por los niños y jóvenes y por reflejar la diversidad de las audiencias. La autora agrega que probablemente la desafección de los niños con la televisión como medio, respecto de las plataformas puede deberse a un rol incumplido por parte de las emisoras:

If children are unconcerned about where and how they access content (platform agnosticism), there may be scope to analyze new formats and storytelling techniques (on mobile platforms for example), that are better suited to cultures where more traditional forms of broadcasting have failed to serve children well.

Medina y Ojer (2011) documentan cómo *BBC* y *RTVE* se transformaron en servicios digitales y comparan las estrategias desarrolladas por una y otra empresa, destacando las diferencias en experiencia, presupuestos y personal, pero afirmando que el énfasis debe estar puesto en la combinación de «interactividad, marca y contenido» (p.93). En otros estudios realizados al contenido de los portales asociados a las señales públicas y a las aplicaciones en general concluyen que más bien contribuyen a la ampliación de su marca y la generación de comunidades de usuarios. Gómez Domínguez (2016, p. 96) analizó las plataformas y las aplicaciones de *BBC One*, la primera señal del conglomerado británico, y de *TV3* de Cataluña respecto de la participación de las audiencias. El investigador valora la conformación de comunidades de espectadores con múltiples perfiles: consumidores, jugadores, educativas, benefactores, fans y ciudadanos, a los que atribuye diferentes grados de participación. El investigador concluye que las plataformas asociadas a ambas señales tienden más bien a una audiencia consumidora –más pasiva– y que las redes sociales están orientadas a un público más ciudadano.

Otros estudios más específicos han versado sobre las plataformas públicas dirigidas a niños como la investigación realizada por Lafaurie (2011) que analizó la interactividad en las plataformas de *TVE* y *TVC* en los contenidos infantiles, con similares resultados obtenidos por las investigaciones orientadas a plataformas dirigidas a otros públicos: la participación es todavía incipiente y las plataformas tienden a ser repositorio de contenidos y de juegos, dirigidos a audiencias pasivas, más que vehículos de comunicación.

En la misma línea Sánchez Labella (2015) describe el paso de la programación infantil de España al espacio de las plataformas, destacando que al menos en una primera etapa se trató justamente de una migración, que no necesariamente

aprovecha las características propias de Internet. En un análisis a la plataforma de Clan TVE (Sánchez-Labela & Guarinos, 2011, p. 608) las autoras consideraron que esta herramienta es atractiva no sólo para los niños, sino también para los padres. En su mayoría se trata de contenidos del canal de televisión, provenientes de España y del resto de Europa, además de herramientas propias de la web. El análisis de contenido del universo de 78 series alojadas en el portal Clan TVE, arrojó que mayoritariamente las series correspondieron a programas de entretenimiento –específicamente destinadas a niños entre 6 y 13 años–. El 37,17% fueron a programas puramente educativos, pensados principalmente para niños menores de 6 años. Además, las autoras reseñaron que:

74,35% de los títulos muestran igualdad de género en cuanto a acciones desarrolladas por los personajes, en un 14,1% se dan acciones de lucha evidente o uso de armas y un 20,51% del total de contenido expuesto se muestra potenciador de valores sociales (p. 6).

Sánchez Labela (2016) realizó un nuevo estudio comparativo de los contenidos de los portales web de las señales de TV Infantil *Neox*, *Boing* y *Clan TVE* en el que concluyó que en las plataformas españolas dirigidas a la infancia existe poca oferta en apoyo de la diversidad cultural:

A pesar de todo ello, es importante acentuar la escasa representación de dibujos animados que fomenten la diversidad cultural; sólo Clan RTVE cumple con este criterio. Actualmente, dados los acontecimientos y las revoluciones sociales, la diversidad cultural ha de considerarse como un valor educativo primordial, indispensable y de referencia para la socialización y la convivencia de los más pequeños con otras culturas en pro de la igualdad y los Derechos Humanos (p. 188).

Dhoest y te Walvaart (2019) analizan el ejemplo de la marca multiplataforma flamenca Ketnet, y plantean tres formas de participación de las audiencias: la interacción, que sería la posibilidad de seleccionar y compartir contenidos, la co-creación que permite aportar a la generación de contenidos y la participación como tal, en la que las audiencias pueden participar en la toma de decisiones en la producción de contenidos. Los autores concluyen que en Ketnet, pese a ser definida como una experiencia 360, predomina la interacción y la co-creación y casi no se observa la participación en su forma máxima.

En Latinoamérica, Paéz Treviño (2016) pone como ejemplo a señal Encuentro que desde sus orígenes se define por la convergencia, con un proyecto de televisión e Internet. En el sitio es posible encontrar una videoteca para la descarga y visionado vía *streaming*. De igual forma, Novasur, desde su nacimiento cuenta con un portal que con el tiempo se transformó en una videoteca de más de 2000 programas, materiales complementarios y una señal *streaming*. Sánchez Carrero y Martínez López (2011, p.15) analizan la señal argentina *Pakapaka* y el canal *online Teleclip* como dos ofertas positivas en la multipantalla dirigidas a niños por su aporte educativo. Los autores concluyen que:

Los casos de televisión que describimos se prestan perfectamente para la educación, sobre todo *Pakapaka*, que por estar más consolidado y ser una iniciativa pública de un gobierno invierte importantes recursos en sus producciones educativas. La finalidad de *Teleclip*, según sus creadores es enseñar habilidades periodísticas y técnicas de vídeo a los chicos, de modo que sean capaces de generar sus propios contenidos fomentando además el uso responsable de las tecnologías de la comunicación.

La multiplicación de la oferta tiene como consecuencia una «fragmentación de las audiencias» (Francés, 2010, p 353). Por ejemplo, pese a la complementariedad entre los antiguos y nuevos medios, los datos han mostrado que en el grupo de los jóvenes hay cierta pérdida de interés respecto de la televisión si se compara con los otros dispositivos, que además se perciben como más entretenidos y compatibles con otras actividades como los deberes escolares (Vergara, E., Vergara, & Chávez, 2014; Pérez de Silva, 2000; CNTV, 2015a). Scolari (2010, p. 6) cita a Jenkins (2009, p. 46) cuando señala que «Las historias transmediáticas, en su nivel más básico, son historias que se cuentan a través de múltiples medios. En la actualidad las historias más significativas tienden a desplegarse a través de muchas plataformas mediáticas». Autores como Scolari, Masanet, y Lugo (2019) y Aparici y García Marín (2018, p. 74) advierten la centralidad de las narrativas transmedia. Los últimos autores sostienen que, desde el punto de vista del mercado, las narrativas transmedia serían una solución para el encuentro de consumidores y las ofertas de contenido:

La dispersión de las historias en distintos soportes que funcionen como puntos de acceso diferenciados a los universos transmedia facilita que las franquicias culturales ubiquen sus productos allá donde se encuentra el consumidor.

Cha (2005) propone que la existencia de plataformas asociadas a programas específicos potencia el efecto comunicativo y educativo de dichos espacios para distintos públicos, ya sean los niños que son el público objetivo de los programas, pero también las familias, los profesores que buscan usar los contenidos como materiales de apoyo pedagógico, etc.

1.2.5. Educomunicación para la ciudadanía mediática

Saliendo del paradigma centrado en las tecnologías, uno de los ámbitos centrales planteado por los organismos internacionales como UNESCO es que la ciudadanía pueda acceder a una adecuada formación, que permita desenvolverse y hacer un uso informado y crítico de los medios y tecnologías que forman parte del nuevo ethos cultural, marcado por la convergencia. Es decir, ejercer plenamente su ciudadanía. Autores como Carlsson (2011) y Rydin y Sjöberg (2010, p. 94) concuerdan en señalar la trascendencia de los medios en el grupo de los jóvenes. Las segundas autoras analizaron el uso de Internet de los niños y jóvenes en Suecia, señalando que en Internet tiene lugar parte del proceso de formación de la identidad de los niños y adolescentes y que la tecnología está modelando nuevos hábitos sociales. La idea de ciudadanía ha mutado desde un rol ejercido en el campo típicamente político-electoral, a un nuevo concepto, más amplio y apropiado a la sociedad de la información y de la

comunicación. Este concepto se ha definido como *ciudadanía digital*, según Fueyo, Rodríguez Hoyos y Hoechmann (2018, p. 59):

Si bien el concepto de ciudadanía digital ha sido intensamente discutido, puede entenderse genéricamente como la capacidad que tienen los sujetos políticos para participar en la sociedad global conectada para ejercer y defender sus derechos y libertades.

Esta definición recoge un sentido amplio de la ciudadanía, no obstante, el término *digital* puede llevar a circunscribir las capacidades descritas con efectos meramente tecnológicos. El concepto de *ciudadanía mediática*, que recogen Gozávez y Contreras Pulido (2014, p. 131) según lo ya tratado por Gozávez (2012) señala que:

Si hoy importa ser ciudadano en el terreno político, jurídico, social económico, ecológico o intercultural, no lo es menos serlo en relación con los medios, pues la dimensión comunicativa y mediática indudablemente define nuestras sociedades y nuestro tiempo y, en este punto, es crucial el papel de las instituciones educativas. La ciudadanía mediática es, desde esta perspectiva una de las metas de la educomunicación, pues ésta no es en absoluto ajena a valores como la libertad, la autonomía crítica o la solidaridad en nuestro trato con los medios.

Mata (2006, p.13) en un sentido similar propone el concepto de *ciudadanía comunicativa* que define como:

...el reconocimiento de la capacidad de ser sujeto de derecho y demanda en el terreno de la comunicación pública, y el ejercicio de ese derecho. Se trata de una noción compleja que envuelve varias dimensiones y que reconoce la condición de público de los medios que los individuos tenemos en las sociedades mediatizadas.

Este concepto se vincula con los derechos civiles y con los llamados de tercera generación, dado que se refiere a dimensiones culturales y sociales. La autora precisa también el concepto de ciudadanía que concibe más allá de lo meramente electoral, situándolo en la participación en el espacio de decisiones públicas, y compromiso en la construcción de la sociedad. No se trata de «un estado natural de los individuos, sino una condición y práctica resultante de órdenes sociales conflictivos e históricamente situados» por lo que según Mata deben interrogarse las condiciones previas que permiten su ejercicio, ya sean ellas sociales, políticas, jurídicas, económicas, educativas o de cualquier índole en una pugna entre visiones hegemónicas para que los ciudadanos efectivamente puedan ejercer el derecho a la comunicación.

El desafío de la educomunicación es visto por todos los autores como central para promover la ciudadanía mediática en tiempos en los que la capacidad crítica es fundamental ante el volumen creciente de información disponible. De esta manera Gozávez y Contreras Pulido (2014) señalan que evitaremos convertirnos en lo que Brey, Campàs y Mayos denominan *sociedad de la ignorancia*. Por su parte, Martens y Hobbs (2013) como Aguaded (2005 y 2011), subrayan que el uso de los medios y tecnologías no garantiza por sí mismo la participación y el compromiso cívico de las audiencias.

El ámbito de la Educomunicación o Comunicación /Educación como prefieren denominar otros autores, es un campo que cuenta con un sinnúmero de experiencias que han surgido a partir el uso de la tecnología en el ámbito educacional, tanto formal como informal y de un importante desarrollo teórico desde sus orígenes que Fedorov (2015) sitúa en Francia a partir del surgimiento del cine a mediados de los años 20. Posteriormente los aportes de Celestin de Freinet en el desarrollo de una corriente de trabajo pedagógico con el uso de medios y tecnologías en el ámbito escolar son decisivos para el campo.

Huergo (2007) plantea que, si bien el nacimiento del sector tiene relación con el modelo desarrollista impulsado por los norteamericanos en los años cincuenta y sesenta para impulsar la educación por medio de los avances tecnológicos, en el continente se vio permeado por las experiencias en el terreno de la educación popular. Asimismo, en el ámbito académico recibió la influencia de las teorías críticas de la comunicación y de otros idearios como el de la Teología de la Liberación. El autor plantea que por ello el desarrollo de la Comunicación/Educación en América Latina tiene una impronta particular y propia, a través de una mirada fundamentalmente político-cultural como la de Paulo Freire (Huergo, 2007, p.2). Castro Lara (2019) también destaca que Latinoamérica tiene una tradición propia en el campo, no necesariamente reconocida en el mundo anglosajón, pero no por ello menos importante. En su lectura de la evolución histórica del campo el autor distingue los avances en la región y los contrasta con otras iniciativas surgidas en el primer mundo. Sitúa el origen del concepto Educomunicación en el continente en la obra de Mario Kaplún, *Pedagogía de la Comunicación* y lo asocia a una lectura crítica de la cultura y los medios, en una «dimensión dialógica». Castro Lara (2019, p. 108) señala que entre los años sesenta y setenta mientras se consolida el sector de *Media Literacy* en la esfera anglosajona, en Brasil Paulo Freire aporta ideas centrales que serán ampliamente recogidas en Latinoamérica:

Dentro de las premisas e ideas más influyentes destaca la perspectiva del diálogo para la liberación, entendido como la experiencia de encuentros entre interlocutores y su humanización; así como la consideración del universo vocabular del otro, que implica conocer el campo de significación: valores, ideología y lenguaje e igualmente pedagogía de la pregunta, la comprensión crítica de la realidad en la que está inmersa la persona alfabetizada, el respeto al saber y autonomía de los educandos, la creación y recreación de ideas a partir del estudio, entre otras.

En el continente las dictaduras militares de la década de los setenta interrumpieron la normalidad democrática y derivaron en una lectura más crítica de la ideología presente en los medios durante la década siguiente. Justamente en la década de los ochenta, expone Castro Lara (2019, p. 111) el informe Mc Bride entregado a la UNESCO pasa a ser un faro «...se torna en un manifiesto político-humanista de proyección mundial que pugnaba por la equidad, independencia, democracia, acceso, diálogo, participación y pluralidad en la Comunicación». Según el autor, el informe contiene gran parte de lo que hoy asociamos con la Comunicación/Educación y su aporte a la construcción democrática, como el estudio –enseñanza, aprendizaje– de los

medios: su uso, evaluación, historia, su lugar en la sociedad, el proceso de creación y acceso a ellos.

Desde siempre el sector no ha estado exento de discusión y dinamismo, tal como constatan autores como Hobbs (1998), Huergo (2000) Soares de Oliveira (2009), Pérez Tornero (2005 y 2012), Buitrago Alonso, García Matilla y Gutiérrez Marín (2017). Incluso se ha puesto en debate cómo debe denominarse el campo, que en inglés se llama *Media Literacy* y que en español se traduce generalmente como alfabetización mediática, no sin polémica. Castro Lara (2019) estima que el campo aún sigue siendo polisémico y confuso. La problematización de conceptos como educación *para* la comunicación versus la comunicación *para* la educación; la educación *en* medios versus la educación *con* los medios ha representado un ejemplo de la riqueza de la discusión teórica del área. Por ejemplo, Huego (2000 y 2007) aboga por el concepto Comunicación/Educación por sobre Educomunicación, ya que señala que la escuela y los medios están en permanente tensión, por lo que no es adecuado fusionarlos en un término único. Buitrago, et al. (2017) señalan que García Matilla y Aparici son de los autores que más han desarrollado el concepto de educomunicación, que también reconoce la confluencia de dos campos y que es un motor de cambio social, lo que parece más en sintonía más que en oposición a lo planteado por Huergo.

Buitrago et al. 2017 hacen un repaso por los principales conceptos, partiendo de la distinción antes referida. Continúa con el concepto de alfabetización, originalmente asociada a la lecto-escritura. La alfabetización mediática, según citan los autores, en 2002 es definida por la Organización de Naciones Unidas como adquisición de conocimientos esenciales para la vida y «que es un medio indispensable para la participación eficaz en las sociedades y en la economía del siglo XXI» (p.87). Con el tiempo, se asocian a la alfabetización adjetivos para precisar el concepto, como digital, informacional y múltiple que complejizan la discusión. UNESCO en 2011 según señalan los investigadores define nuevamente la *alfabetización mediática*, la alfabetización informacional y la *alfabetización mediática e informacional*.

El último término reúne competencias como «conocimiento, destrezas y actitud» para la relación de los ciudadanos con los medios, a partir de una reflexión crítica (p.92). Se introduce entonces el término de competencias que, según Buitrago, et al. (2017) nuevamente se asocia a conceptos como mediática, digital e informacional. Ella refiere a las destrezas básicas consideradas por la Comisión Europea de Educación en 2005. Joan Ferrés y Alejandro Piscitelli (2012, p.76) definieron la competencia mediática como «una combinación de conocimientos, destrezas y actitudes que se consideran necesarios para un determinado contexto» para desarrollar «la autonomía personal de los ciudadanos y ciudadanas, así como su compromiso social y cultural» (p.76). En España, investigaciones realizadas por Ferrés, Aguaded y García Matilla (2012) han dado cuenta del grado de competencia mediática, concluyendo que existen graves carencias en el grado de competencia mediática de los ciudadanos españoles. Asimismo, se han realizado estudios en diversos países considerando a diferentes segmentos de la sociedad.

Buitrago, García Matilla y Gutiérrez (2017, p. 100) plantean su propia propuesta respecto a la polisemia *educación*, siempre que queramos referirnos al proceso:

Emplear cuando apelemos a esa combinación de conocimientos, capacidades, destrezas y actitudes que se han de desarrollar para alcanzar ese resultado al que va dirigido todo ese proceso educativo: y *competencia* cuando apelemos a la combinación de conocimientos, capacidades, destrezas y actitudes que se han de desarrollar para alcanzar ese resultado.

Pese al debate existente, Hobbs (1998, p.17) revela cinco consensos que se han ido logrando en el tiempo a partir de unión de la práctica y de la teoría y que sirven para sentar sus bases: los mensajes de los medios son contruidos, dichos mensajes son producidos en determinados contextos: económicos, políticos, culturales, sociales, históricos y estéticos, el proceso de construcción de sentido involucrado en la recepción de los mensajes consiste en la interacción entre el lector, el texto y la cultura. Los medios tienen lenguajes propios característicos y las representaciones de los medios tienen rol en el entendimiento que las audiencias tienen de la realidad social. Ello significa que la comprensión y análisis de dichos mensajes, contextos, lenguajes y representaciones son fundamentales para entender cómo desenvolverse en la sociedad actual.

Hobbs (1998) también plantea 7 temas en debate para el sector entre los que se considera, por ejemplo, si debe el campo proteger a niños y jóvenes respecto de los contenidos de los medios, si debe estimular la producción, si debe focalizarse o no en los productos de la cultura popular o si debe ser financiado por las organizaciones de medios. El quinto punto recoge si la Educomunicación debe tener una agenda política o ideológica más explícita. La autora expone distintos puntos de vista y señala que la invitación del campo es a tener una visión crítica y cuestionadora, independiente de la mirada política que los educadores y los medios proponen, lo que según ella es una agenda suficientemente política y desafiante para una pluralidad de educadores. La autora invita a no instrumentalizar la Educomunicación, lo que no quiere decir que no se reconozca su potencia en lograr disminuir las brechas sociales, tal como señalan Fueyo, et al. (2018).

Gozálvez y Contreras Pulido citan a Buckingham para definir la Educación mediática «entendida como el proceso formativo cuya realización es la alfabetización mediática» (2014, p. 135). Los autores puntualizan su aporte para lograr una «educación para la ciudadanía global, profundamente democrática». Esta dimensión de la educación mediática trasciende el tipo de medios, refiriéndose a los tradicionales como a las tecnologías, superando el aspecto puramente instrumental.

Fueyo, et al. (2018, p. 64) proponen que «las competencias para la alfabetización digital y la educación mediática no pueden plantearse como independientes y disociadas de la construcción de la ciudadanía, sino que, a nuestro juicio, deben converger en la adquisición de habilidades en tres áreas fundamentales». Estas áreas son según los investigadores: el dominio técnico, visto como las habilidades que garantizan el acceso; la comprensión para entender las implicancias de estos entornos en la construcción de la ciudadanía y el ejercicio crítico de la ciudadanía.

En qué consiste esta alfabetización mediática, Jenkins, et al. (2009, p. 56) identificaron 11 competencias y habilidades sociales que las personas deben adquirir para participar plenamente:

- Juego. Se refiere a la capacidad de experimentar como una forma de resolución de problemas.
- Desempeño. Adoptar identidades alternativas con el propósito de descubrimiento e improvisación.
- Simulación. La habilidad de interpretar y construir modelos dinámicos del mundo real.
- Apropiación. Muestrear y remezclar contenido de los medios.
- Multitarea. Escanear el ambiente y reenfocar los detalles.
- Conocimiento distribuido. Interactuar significativamente con herramientas que expandan la capacidad mental.
- Inteligencia colectiva. Compartir y comparar con otros en pro de una meta común
- Juicio. Evaluar confiabilidad y credibilidad de diferentes fuentes de información.
- Navegación transmedia. Seguir el flujo de las historias e información a través de diferentes modalidades.
- Trabajo en red. Búsqueda, síntesis y disseminación de información.
- Negociación. Viajar a través de diferentes comunidades respetando múltiples perspectivas.

Pérez Rodríguez, Pérez Escoda y Sánchez López (2019) a partir del análisis de algunas experiencias en el desarrollo de narrativas transmedia en el ámbito del aprendizaje, sintetizan dichas competencias según lo propuesto por Jenkins et al. 2009 en una lectura propia:

...la capacidad de experimentar con el entorno como forma de resolución de un problema (jugar), capacidad para adoptar identidades alternativas con el objeto de la improvisación y el descubrimiento (interpretar), capacidad para *samplear* y remezclar el contenido de los medios creando significado (apropiación), capacidad para evaluar la fiabilidad y credibilidad de distintas fuentes de información (juzgar), capacidad para seguir el flujo de historias e información a través de múltiples modalidades (la navegación transmedia), capacidad para buscar, sintetizar y difundir información (navegar por la red), y capacidad para moverse por distintas comunidades y discernir y respetar múltiples perspectivas, y aprehender y seguir normas distintas (negociar) (Pérez-Rodríguez, et al., 2019, p. 141).

Considerando la educomunicación como una política pública, Hobbs (2009) describe los planteamientos contenidos que debiesen guiar la política de *Media literacy* en Estados Unidos, *Core Principles of Media Literacy Education in the United States*,

señalando que debe tratarse de una política que incluya no sólo consumir sino producir y compartir mensajes a través de la adquisición de habilidades de alfabetización digital y de otras que van más allá:

The inclusion of digital and media literacy in formal education can be a bridge across digital divides and cultural enclaves, a way to energize learners and make connections across subject areas and means for providing more equal opportunities in digital environments (p. vii).

En Chile, Andrada (2016) tal como Hobbs (2010) propone que ninguna de las políticas públicas en post de una ciudadanía crítica puede obviar la necesidad de incorporar la dimensión curricular de la educación en medios para el desarrollo de competencias mediáticas desde una base igualitaria y democrática como es el sistema escolar:

Esta educación debe instalarse en lo formal y en lo práctico. En el primer caso, mediante una asignatura en el currículo que tenga continuidad desde la educación infantil hasta la universitaria. En lo práctico, es necesario que esta asignatura esté integrada y dialogue con el resto de las disciplinas, abordando el estudio de los medios de comunicación desde una perspectiva que supere la visión de que éstos solo son un recurso para aprender otras materias. Asimismo, los docentes de todas las asignaturas deben manejar los conceptos básicos de la educación mediática para estimular el dominio de todas las dimensiones de la competencia mediática por parte de los estudiantes, según la etapa de desarrollo en que éstos se encuentren. Por otro lado, se hace necesario que los comunicadores adquieran esta competencia con el fin de que realicen un trabajo de mejor calidad, por ejemplo, innovando en los lenguajes, los procesos de interacción y la estética de los productos mediáticos. Ambos caminos, que deben ir a la par, contribuirán a una educación que responda al ecosistema mediático actual, favoreciendo que las personas puedan advertir sus emociones ante las pantallas y existan más prosumidores en una cultura de convergencia de medios.

Wallis y Buckingham (2019) analizaron críticamente la política de educomunicación del Reino Unido. Surgida en los años noventa bajo el gobierno laborista ha sido ampliamente difundida en el extranjero. El OFCom, organismo regulador del sector de las comunicaciones, tiene el deber de promover la educomunicación y, según los autores, ahí radica la primera dificultad, la articulación con instituciones de educación, del ámbito de la cultura y la propia misión de la entidad. La institución recoge la definición de la *National Association for Media Literacy Education of North America* y que se resume como «the ability to access, understand and create communication in a variety of contexts» (p. 191) ya planteada por Livingstone (2004, p. 3) en defensa de una visión profundamente ciudadana de una educomunicación crítica, al afirmar que:

Without a democratic and critical approach to media literacy, the public will be positioned merely as selective receivers, consumers of online information and communication. The promise of media literacy, surely, is that it can form part

of a strategy to reposition the media user –from passive to active–, from recipient to participant, from consumer to citizen.

Los autores señalan que la falta de una definición más específica y la ambigüedad del concepto contribuyeron a que la política pública redujera exclusivamente a un ámbito: los medios electrónicos que están en red (excluyendo por ejemplo al cine) y concentrándose en dos temas específicos, que los autores denominan *e-safety* y *e-inclusion*. Bajo los siguientes gobiernos conservadores, la política se ha hecho más bien simbólica, dejando la formulación de programas a las escuelas que así lo desean y en la práctica asimilando la educomunicación a la alfabetización informática, según Wallis y Buckingham (2019) con la consiguiente alerta de los investigadores del sector, que manifestaron su preocupación ante una visión de la educomunicación más funcional que crítica, que ha despojado de sentido profundo el término. A este respecto, cabe recoger la postura de Kellner y Share (2007, p. 60):

Critical media literacy is an educational response that expands the notion of literacy to include different forms of mass communication, popular culture, and new technologies. It deepens the potential of literacy education to critically analyze relationships between media and audiences, information, and power. Along with this mainstream analysis, alternative media production empowers students to create their own messages that can challenge media texts and narratives.

Así como las ideas de Freire se tradujeron en políticas públicas en el estado de Sao Paulo en el ámbito de la educación popular, la alfabetización y de uso de herramientas comunicativas en un proceso constructivo y dialógico, De Fontcuberta (2001, p.147) recogió los desafíos puestos para la educación por la Fundación Chile desde la mirada educomunicativa. El sistema debería considerar la educación continua, una sociedad con redes de aprendizaje formales e informales, educación centrada en competencias y con un uso creativo de las TIC. Por su parte, Condeza y Baeza (2006) propusieron la formulación de una política de medios centrada en la protección de los derechos de la Infancia. En 2014, Condeza, De Fontcuberta y Gálvez ampliaron la idea al proponen mirar la relación de los niños en este entorno mediático –complejo y cotidiano– y proponen diez lineamientos interrelacionados, para orientar las políticas públicas desde el derecho a la comunicación y la mirada educomunicativa (p.65 – p. 68):

- Eje 1. Primacía de los derechos de la niñez por sobre variables de desarrollo tecnológico
- Eje 2. Considerar los cambios en los paradigmas de investigación en comunicaciones y niñez que apoyan la toma de decisiones de política pública
- Eje 3. Mapear las prácticas y las brechas de acceso para diseñar políticas de comunicación inclusivas, descentralizadas y participativas
- Eje 4. Mundialización de las comunicaciones, industria cultural, el niño como consumidor
- Eje 5. Responsabilidad social de los medios.
- Eje 6. Experiencia previa en políticas del audiovisual limitada a la reglamentación de un medio principal: la televisión

Eje 7. Consultar propuestas nacionales e internacionales anteriores y las legislaciones en curso

Eje 8 El rol de los establecimientos educativos y de la formación en comunicación de los pedagogos

Eje 9. Necesidad de la educación en medios para desarrollar la competencia mediática

Eje 10. Políticas interministeriales e intersectoriales

Esta visión sostiene el actuar articulado de los actores sociales, económicos, educativos, académicos, industriales y políticos, la consideración de los niños más como ciudadanos (del mundo) que como consumidores. Asimismo, confía en el rol social de los medios de comunicación y de los profesionales del área. En este momento social en Chile, aplica el postulado de Phillippi y Avendaño (2011, p. 68) acerca del que definen retomando ideas de Freire a Huergo (2000):

espacio socio-comunicativo en que se hibridan lo subjetivo y lo social, el análisis crítico y la expresión implican también una orientación metodológica que recoge las tradiciones activo-participativas latinoamericanas que se remontan desde hace cuarenta años y aún antes con los conceptos de Paulo Freire. Estas siguen siendo funcionales si se reapropian en este nuevo siglo, en el marco del nuevo paisaje tecnológico y las dinámicas sociales emergentes, justamente porque se enfocan a un trabajo con sectores socialmente excluidos pero que, como se veía en los cuatro casos presentados, son comunicativamente activos si encuentran un sentido más allá de la «entretención».

Phillippi y Avendaño (2011) también señalan que esta perspectiva educomunicativa tiene tres dimensiones: la primera es que «se genera desde la ciudadanía y la sociedad civil», el segundo es que «se orienta hacia el desarrollo de las competencias narrativas de los sujetos» y en tercer lugar, «busca la coordinación entre los propios sujetos para organizarse en función de objetivos comunes o movimientos sociales» (p. 64) y para que los sujetos puedan «relatarse y relatarnos colectivamente» (p. 68).

1.3. LA CALIDAD DE LA TELEVISIÓN INFANTIL

La discusión en torno al tema de la calidad televisiva es compleja. Según Mikos (2009, p. 22) la preocupación y la creciente exigencia ciudadana por la *calidad por la televisión* es un tópico común, si bien no necesariamente hay consenso respecto de lo que se entiende por ella. Como señala Pujadas (2011) algunas voces más extremas plantean que no es posible asociar la calidad con un producto tan degradado culturalmente como la televisión. Aun así, el fenómeno ha sido abordado desde diferentes paradigmas y disciplinas como la sociología, la estética o la teoría cultural, por lo tanto, cabe considerar la calidad televisiva, como un tema multifactorial más que como una idea monolítica.

En la misma línea, Gutiérrez Gea (2014) plantea respecto de la complejidad del campo que la discusión sobre la calidad la realizan actores distintos, desde sus

respectivas ideologías: los realizadores, los responsables televisivos y las audiencias. Gutiérrez Gea (2014, p.2) consideró 6 perspectivas diferentes que orientan las miradas entorno a los criterios de calidad que pueden resumirse como:

- «La primera perspectiva considera que el valor de la calidad en la televisión se debe identificar con un número de criterios generales» entre ellos la diversidad, información plural y satisfacer necesidades de sus públicos,
- «Un segundo enfoque sobre la calidad establece que la producción de programas engloba una serie de géneros y que cada uno de éstos tiene sus propias tradiciones históricas y prácticas profesionales»,
- La tercera desarrollada en Reino Unido contempla criterios generales como «ofrecer una diversidad de opciones» y buscar siempre la innovación,
- La capacidad de la televisión para generar productos fascinantes que abra el horizonte de los espectadores,
- Gutiérrez Gea señala que el quinto enfoque fue desarrollado en Suecia y cita su definición como: «Una relación entre conjuntos de características (del programa) y el conjunto de valores (de evaluación)»,
- La sexta perspectiva proviene de Japón y Gutiérrez Gea la define como «Un valor que se espera que contribuya al desarrollo de la cultura, incluyendo en ello la transmisión de tradiciones, la creación de nuevas formas culturales y la promoción de actividades educativas, culturales y deportivas».

Pujadas (2011) propone 4 ejes que definen la calidad y excelencia desde la teoría cultural y la estética: el primero de ellos estaría relacionado con las nociones artísticas asociadas a las obras televisivas. El segundo eje sería el cumplimiento de un determinado rol que según Pujadas es definido «de forma externa al medio» con una mirada más bien funcionalista (Pujadas, 2011, p. 37). El tercer eje tendría que ver con la calidad artística intrínseca de la obra desde el punto de vista estético. Finalmente, al cuarto eje sería la valoración estética de parte del espectador. Otra de las tensiones descritas por la autora se da entre la Teoría Cultural y la Teoría Económica que enfrenta a los tradicionalmente considerados como buenos productos televisivos (educativos, orientados a la alta cultura y con escasa audiencia) versus una televisión rentable, con altos índices de audiencia y éxito comercial. Pujadas (2011) señala que a comienzos de este siglo algunos productos (como algunas destacadas ficciones) tienden a reunir ambas teorías al contar con calidad estética y artística, así como una alta audiencia y excelentes resultados comerciales. Neuss (2009, p. 23) propone dos ámbitos con varios ítems que se asocian con buenos programas:

- «Los buenos programas infantiles cuentan historias que guardan relación con temas del desarrollo de los niños». El autor plantea en esta dimensión temas como: ser pequeño y hacerse grande, comprender el bien y el mal con sus reglas y moralidad, enfrentar el sentido de la soledad, la que según el autor es el primer gran temor infantil. Otros serían el género propio, roles y otredad, comprender la muerte, visualizar las ansiedades sociales vinculadas con la autonomía y finalmente las relaciones con otros niños y adultos.

- «Los buenos programas infantiles cuentan historias cuya estructura se asemeja a la de los cuentos de hadas» (p.24). En esta dimensión se consideran aspectos formales como la unidimensionalidad, o no distinción entre realidad y ficción. La «superficialidad del detalle» es considerada por Neuss como esa característica de los cuentos infantiles en la que las historias no ocurren en un lugar específico, ni en un momento específico y en el que no importan leyes naturales o físicas (p. 25). El autor continúa con el uso de formulaciones o frases recurrentes que son fácilmente identificables por los niños. Otro aspecto sería la polarización que consiste en mostrar a los personajes como opuestos, buenos o malos, bellos o feos, etc. Otro aspecto es el «suplemento de popa» que el investigador define como interés por los más desfavorecidos, pequeños o marginales.

Aun cuando la televisión calidad puede ser vista como un término elusivo, es posible visualizar ciertos consensos. Algunas perspectivas para determinar calidad en televisión que se repiten en la discusión académica son: los estándares internacionales, los criterios que sustentan la certificación de contenidos y la regulación, la diversidad en cuanto a contenidos, géneros, pluralidad de opiniones y puntos de vista y la innovación. Algunos de estos consensos se describen en los siguientes apartados.

1.3.1. Los estándares de calidad internacionales

En Europa la discusión sobre los estándares tal como los define Gómez i Oliver (2005, p. 48): «la calidad del sistema de la televisión, por la calidad de la programación –horizontal y vertical–, por la calidad de las cadenas y, finalmente, por la calidad de los programas» se debatía ya hace más de una década. Pujadas (2011) identifica las tensiones que influyen en la confusión que genera el concepto describe la evolución de la relación entre la calidad y la misión atribuida a los medios públicos. Si bien en ocasiones calidad y servicio público se han utilizado como sinónimos, en otras oportunidades se dice que la misión pública se logra por emitir contenidos de calidad y, en otras, que la calidad de los contenidos se determina por la misión propia de la casa televisiva. El concepto de servicio público y su evolución en el tiempo permite visualizar esta tensión. Así, el modelo que ejemplificaba la *BBC* de mediados del siglo pasado y su aporte a la idea de nación: blanca, unitaria, poco diversa, hoy transita a una noción más amplia del servicio público, basado en el aporte de los medios estatales al pluralismo, la diversidad y las múltiples identidades. Pujadas (2011) dice que en esta dimensión la calidad puede ser vista como un objetivo a lograr, un bien deseable para los medios de servicio público.

Hoy, a propósito de la inminencia del apagón analógico y de la necesidad de adaptación de los marcos reguladores tiene lugar en países sudamericanos. Las organizaciones internacionales como UNESCO han realizado propuestas regionales en la forma de *indicadores de calidad para medios públicos* (Lanza, 2014; CNTV, 2016a). Entre estas sugerencias priman dos conceptos: que los medios públicos se diferencien de la orientación comercial dominante y, en segundo lugar, que tengan una necesaria autonomía respecto del Estado. Según describe Lanza (2014, p. 25):

Los 188 indicadores propuestos por UNESCO se orientan bajo 10 ejes: Transparencia de gestión; Diversidad Cultural; Cobertura geográfica; Patrón público; Independencia; Interacción con el público; Carácter público del financiamiento; Grado de satisfacción de la audiencia; Experimentación e innovación del Lenguaje y Estándares técnicos. Cada eje es definido y complementado con una serie de más de 200 preguntas para ser analizadas y autoaplicadas por cada medio.

Además de las sugerencias regionales, cada país tiene sus propias directrices, que se aplican a la globalidad de medios públicos: diarios, radios y televisión, con énfasis en esta última (Bucci et al., 2012; Banerjee & Seneviratne, 2006). Mucho se ha descrito respecto de la calidad de la televisión pública en distintos países, por su relevancia en términos simbólicos, de audiencias y por los cambios en el contexto digital le imponen (Borges, 2008; Grewening, 2009; García-Matilla, 2005; Del Río et al., 2003; Fuenzalida, 2012). Un ejemplo de cómo las sugerencias regionales pueden ser apropiadas por las legislaciones de cada país es la propuesta llamada *10 Puntos para una televisión de calidad*, surgida en la cuarta y quinta Cumbres Mundiales de Medios para Niños, Niñas y Adolescentes realizadas respectivamente en Río de Janeiro y en Johannesburgo. Según señala Liwski (2012, p. 18) este documento es la base de lo que establece la ley argentina 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual en su artículo 17. Estos 10 puntos que plantean aspectos extrapolables a todos los países:

1. La programación general de la televisión argentina debe respetar estrictamente la Convención Internacional de los Derechos del Niño –y, en particular los artículos referidos a la televisión– la cual tiene rango constitucional en el país.

2. La programación general de la televisión y, en particular, la dirigida a los niños, niñas, adolescentes y jóvenes, debe respetar los enunciados de la Convención para la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales suscrita en la UNESCO, de la que la Argentina es signataria. La Convención entró en vigor en 2007 y constituye el primer marco jurídico internacional y nacional en la materia.

3. Habilitar una franja de tres horas diarias de programación de calidad para niños, niñas y adolescentes, compuesta en un 60% por programación de producción nacional y un 40% por programas provenientes de distintos países del mundo, que den cuenta de la diversidad cultural.

4. Formular medidas o establecer cuotas dirigidas a diversificar los países de origen de la programación que se importa y las fuentes de producción local de la misma, como requisitos para la existencia de diversidad cultural y la participación de pluralidad de actores sociales, perspectivas y miradas.

5. Habilitar un canal de televisión abierta y gratuita, de carácter público, exclusivamente dirigido a los niños, niñas y adolescentes.

6. Crear un Fondo de Fomento Concursable para Producción de Programas de Televisión de Calidad para niños, niñas y adolescentes.

7. Constituir un Consejo Asesor del Audiovisual y la Infancia, multidisciplinario y pluralista, integrado por personas y organizaciones sociales con reconocida trayectoria en el tema y por representantes de niños, niñas y adolescentes. El funcionamiento de este Consejo será reglamentado por la autoridad de aplicación de la Ley. El mismo tendrá entre sus funciones:

I. La elaboración de propuestas dirigidas a incrementar la calidad de la programación dirigida a los niños, niñas y adolescentes.

II. Establecer criterios y diagnósticos de contenidos recomendados o prioritarios y, asimismo, señalar los contenidos inconvenientes o dañinos para los niños, con el aval de argumentos teóricos y análisis empíricos.

III. Seleccionar de manera ecuaníme y con base en un modelo de evaluación a construir, los proyectos que se presenten al Fondo Concursable mencionado en punto

IV. Propiciar la realización de investigaciones y estudios sobre audiovisual e infancia y de programas de capacitación en la especialidad.

V. Apoyar a los concursos, premios y festivales de Cine, Video y Televisión para 19 niños y los cursos, seminarios y actividades que aborden la relación entre Audiovisual e Infancia que se realizan en el país, así como los intercambios con otros festivales, eventos y centros de investigación con similares objetivos existentes en Iberoamérica y otros países, en el marco de los convenios sobre audiovisual y cooperación cultural suscritos y a suscribirse.

VI. Promover una participación destacada de la Argentina en las Cumbres Mundiales de Medios para Niños y Adolescentes que se vienen realizando en distintos países del mundo de manera bianual y apoyar las acciones preparatorias que se realicen en el país a tal fin.

8. Formular un Plan de Acción para el Fortalecimiento de las Relaciones del Campo Audiovisual (cine, televisión, video, videojuegos, informática y otros medios y soportes que utilicen el lenguaje audiovisual), con la Cultura y la Educación. En este marco, habilitar un Programa de Formación en Recepción Crítica de Medios y TIC a fin de:

I. Contribuir a la capacitación y actualización de los docentes para una apropiación crítica y creativa del audiovisual y las TIC, en su carácter de campos de conocimiento y lenguajes crecientemente articulados entre sí.

II. Formar las capacidades de análisis crítico, apreciación y comunicación audiovisual de los niños, niñas y adolescentes para que puedan ejercer sus derechos a las libertades de elección, de información y de expresión, en su calidad de ciudadanos y de públicos competentes de las obras audiovisuales nacionales, latinoamericanas y mundiales.

III. Apoyar la creación y el funcionamiento de Redes de niños, niñas y adolescentes en las que ellos puedan generar acciones autónomas de análisis y creación de sus propios discursos audiovisuales e instancias de circulación de los

mismos, como parte inescindible de su formación integral y de su condición de ciudadanos.

IV. Aportar a la generación de condiciones de igualdad de oportunidades para el acceso a las informaciones, conocimientos, aptitudes y TIC que posibiliten la superación de la brecha digital y promuevan la inserción de los niños, niñas, adolescentes y jóvenes en la sociedad del conocimiento y el diálogo intercultural que ella reclama.

9. Monitorear el cumplimiento de la normativa vigente sobre el trabajo de los niños, niñas y adolescentes en la televisión.

10. Establecer y concertar con los sectores concernidos, criterios básicos para los contenidos de los mensajes publicitarios, de modo de evitar que éstos tengan un impacto negativo en la infancia y la juventud, teniendo en cuenta que una de las principales formas de aprendizaje de los niños es imitar lo que ven.

1.3.2. Criterios de calidad y regulación en el contexto chileno

Tur Viñes (2005) lideró un proyecto de investigación para la identificación de criterios de calidad de contenidos televisivos dirigidos a la infancia. La autora consideró que un proyecto audiovisual dirigido a la infancia debe enfocarse en cinco principales ámbitos: en términos audiovisuales construir un producto de calidad con alto nivel de realización, contar con un guion atractivo, que sea a la vez formativo y entretenido. Respecto del mensaje, los programas deberán transmitir una enseñanza, ser de alguna forma interactivos, promover conductas prosociales y no ser violentos. En el ámbito legal, los contenidos no pueden contener elementos perjudiciales para el desarrollo infantil, ni incitar a la compra. Finalmente, deben ser considerados entretenidos por su público objetivo.

En la continuación de dicho proyecto, Lozano Oyola y Romero Landa (2006) sintetizaron las propuestas realizadas por organismos públicos de la *Australian Communication and Media Authority* (ACMA) y de los Países Bajos en los que los criterios de calidad subyacen a la clasificación, recomendación y regulación de contenidos. En ambos sentidos las entidades reguladoras advierten a padres y educadores respecto de posibles contenidos perjudiciales para niños según sus edades. Los autores detallan que, en el caso de los Países Bajos, el NICAM (*Netherlands Institute for the Classification of Audiovisual Media*) al que se afilian las empresas de comunicación y es coordinado por un comité en el que participan instituciones públicas, privadas, exhibidores y otros, desde 2002 implementó *Kijkwijzer* que clasifica todos los programas de televisión, películas y videos dirigidos a niños. Desde 2005 se aplica a servicios móviles.

Lozano Oyola y Romero Landa (2006) señalan que, en el caso de Australia, la ACMA clasifica los programas infantiles en *C program*, para niños menores de 14 años, *P Program*, para preescolares, debiendo ser apropiados para cada subgrupo etario, tener una correcta factura técnica y que sean un aporte para ampliar la comprensión

de los niños. La clasificación *australian C drama* incluye a los programas para niños que son series de ficción. Asimismo, en el país existe una cuota de 50% programas infantiles en una franja horaria, se controla la cantidad de repeticiones y la distribución de las emisiones. Durante la emisión está regulada la publicidad dirigida a menores de edad. Los autores acotan que «es destacable que es el único país que obliga a los emisores a programar contenidos creados específicamente para niños, fijando cuándo y en qué cuantía mínima» (p. 25). Existen una serie de restricciones aplicables a la televisión en general que también aplican a la programación infantil como la prohibición de transmitir contenidos violentos o discriminatorios, noticias engañosas, sexo explícito o que muestre conductas ilícitas.

En Chile la regulación de la televisión es realizada por el Consejo Nacional de Televisión, CNTV, organismo estatal autónomo, compuesto de consejeros propuestos por el Presidente en acuerdo con el Senado. Según el marco legal del CNTV se fiscaliza el *correcto funcionamiento* de los servicios de televisión tanto abierta como por cable y satelital. El concepto de correcto funcionamiento ha ido variando con el tiempo y con las modificaciones legales. Actualmente, los siguientes elementos conforman parte de lo que la entidad debe fiscalizar (CNTV, 2019e):

- Los valores morales y culturales propios de la Nación,
- La dignidad de las personas,
- La protección de la familia,
- El pluralismo
- A la democracia,
- La paz,
- La protección del medio ambiente,
- La formación espiritual e intelectual de la niñez y la juventud,
- El desarrollo regional,
- Los pueblos originarios,
- La dignidad humana y su expresión en la igualdad de derechos y trato entre hombres y mujeres,
- Todos los derechos fundamentales reconocidos en la Constitución y en los tratados internacionales ratificados por Chile que se encuentren vigentes.
- El acceso público a su propuesta programática y que, en la difusión de ella, en la forma y de la manera que cada concesionario determine, se cautelen los derechos y principios descritos en los incisos anteriores, El cabal cumplimiento, por parte de los concesionarios y permisionarios, de las leyes Nos 17.336, 20.243 y del Capítulo IV, del Título II del Libro I, del Código del Trabajo,
- La incorporación de facilidades de acceso a las transmisiones para personas con necesidades físicas especiales,

La transmisión de campañas de utilidad pública a que hace referencia la letra m) del artículo 12,

- La difusión de programación de carácter educativo, cultural o de interés nacional.
- Por último, el Consejo Nacional tiene la facultad para fijar, de manera general, un porcentaje de hasta un 40% de producción chilena en los programas que transmitan los canales de servicios de radiodifusión televisiva de libre recepción. En dicho porcentaje se debe incluir la exhibición de películas, documentales y cortometrajes de producción nacional independiente (p. 36-37).

Los ocho primeros puntos mencionados (desde los valores de la nación al pluralismo) ya estaban considerados en la Ley 19.131 de 1992. La ley 20.750 de 2014, entregó una definición más precisa del pluralismo (CNTV, 2019e). La ley 20.750 mantuvo los puntos citados y agregó a la consideración de correcto funcionamiento tres nuevos puntos a considerar que podrían asociarse a la diversidad: desarrollo regional, presencia de pueblos originarios e igualdad de géneros. Las siguientes modificaciones incluyeron el deber de los permisionarios (TV de pago) y concesionarios (TV abierta) de cautelar los derechos expuestos y agregaron el respeto a otros cuerpos legales como el Código del Trabajo, acceso a personas con discapacidad, transmisiones de campañas de bien público, emisión de programas culturales, educativos y de interés nacional –para lo que se generó una norma específica– y una cuota de programación nacional.

Existe un horario de protección al menor, entre las 06 y las 22 horas, en el que se resguarda la emisión televisiva de contenidos cinematográficos clasificados para mayores de 18 años. Respecto de la publicidad, existen varias restricciones como que no es posible promocionar productos alcohólicos en horario de protección. CNTV puntualiza que «La infracción en las horas de transmisión a las que tiene normalmente acceso la población infantil como agravante, fue mantenida por la Ley N° 20.750» (CNTV, 2019e, p. 43).

El Fondo de Fomento a la Calidad del CNTV plantea en sus bases nociones que hacen referencia a lo que la institución considera ésta debería ser (CNTV, 2019f):

- Propuestas de programas de televisión de alto nivel cultural, entendiendo por tales aquellos en que los contenidos ayuden a aumentar el nivel de información, educación y formación del público.
- Proyectos que tengan en cuenta la vocación masiva propia de la televisión abierta, que usen con propiedad el lenguaje y géneros audiovisuales y consideren las diferentes exigencias al respecto según formato, contenido y horario de emisión.
- Propuestas de programas de calidad que cuenten con los estándares de profesionales de producción y exhibición de acuerdo a la televisión actual en Chile y en el extranjero.

- Propuestas que incluyan utilización de locaciones que promuevan la riqueza del territorio nacional y turismo en Chile.
- Propuestas que al momento de postular tengan o contemplen coproducciones que enriquezcan su contenido y potencien la industria nacional.

1.3.3. La diversidad como una dimensión de la calidad

Según Richeri y Lasagni, «la clave de una televisión de calidad es el nivel de diversidad» (en Becerra y Avilés, 2014, p. 1609). Existen cinco grandes clasificaciones en torno al análisis de diversidad:

- La diversidad como reflejo, la diversidad como acceso y la diversidad como función del número de canales
- La diversidad de fuentes, de contenidos y de consumo
- La diversidad reflejada y la diversidad ofrecida. La primera haciendo referencia a la medida en que los contenidos reflejan las ideas o los temas en la misma proporción que los usuarios de los medios prefieren.
- La diversidad vertical y horizontal.
- El binomio diversidad de contenidos/diversidad de accesos.

Pujadas (2011) señala que se aplica la diversidad como criterio en distintos ámbitos, por ejemplo, respecto de si las emisoras son públicas y privadas, generalistas o segmentadas y de la programación. En este último punto, hace referencia a tres áreas: desde la perspectiva de mercado, desde la audiencia o diversidad social y como criterio interno de la programación. La primera se relaciona con las condiciones que hacen rentable determinadas emisiones como los hábitos de consumo de las audiencias, el mercado publicitario, etc. Respecto de la segunda punto la autora la define así:

La diversidad desde la perspectiva de la audiencia o diversidad social hace referencia a una valoración de la diversidad en términos de los grupos y/o colectivos sociales y a cómo están presentes y representados en la programación, a la relación entre la diversidad de contenidos y la diversidad de temas sociales, etc. Se trata de una valoración de la diversidad centrada en la relación entre el público, los temas y los contenidos televisivos (Pujadas, 2011, p. 118).

Respecto de la tercera área, la diversidad interna, dice la autora «evalúa la diversidad de los programas a lo largo de las parrillas de programación de las cadenas» (Pujadas, 2011, p. 118). Si bien hay muchas maneras de considerar la diversidad como criterio de calidad incluso desde una perspectiva económica, para efectos de este estudio el concepto de diversidad social es el que se considerará como referente, en sintonía con las propuestas de servicio público. La autora cita la interpretación que Hillve y Rosengreen hacen de McQuail (Pujadas, 2011, p. 122) señalando que los medios pueden contribuir a reflejar a la sociedad de manera pluralista en tres ámbitos:

«reflejando las diferencias existentes en la sociedad, dando acceso a diferentes puntos de vista y ofreciendo una amplia gama de elección». La diversidad estaría entonces representada no sólo por un amplio número de programas, sino que ellos además deben ser de variados géneros, formatos y técnicas, así como deben presentar distintas visiones y temas.

La diversidad a menudo se utiliza como sinónimo de la calidad televisiva. Pujadas (2011) señala que puede ser vista como un criterio objetivo de la calidad, sobre el cual es posible construir indicadores y medir. A partir del estudio del Consell Audiovisual de Catalunya (CAC) que fue realizado por Pujadas y Oliva (2007), se generó un protocolo para medir la diversidad que se aplicó a las cadenas de televisión españolas, tanto privadas como públicas. Gutiérrez Gea (2014, p.4) al profundizar en la quinta perspectiva de los estudios de calidad desarrollada en Suecia se orienta a la producción nacional y señala que se trata de una dimensión que debe reflejar la complejidad social, incluyendo aspectos como «tema, género, perspectiva, grupo de referencia».

Götz y Schlote (2009, p. 3) plantean algunos puntos específicos para producir contenidos de calidad para niños con énfasis en la diversidad. Primero plantean reconocer que los niños son distintos y cada uno de ellos es único a partir de sus recursos materiales, de sus características físicas, ambientes sociales (identidades nacionales, sistema de valores, creencias, etc.), posición mayoritaria o marginal en la sociedad. Otro aspecto es reconocer la importancia que la TV tiene en todo el mundo, en tanto sirve como ventana para ver el mundo, atrae emocionalmente, ofrece oportunidades de aprendizajes, sus imágenes son importantes en tanto «parecen decir la verdad y estimulan la imaginación». Las autoras abordan los estereotipos y cómo la TV global tiende a presentar personajes con tipos físicos y culturales dominantes (Götz et al., 2008 y Götz et al., 2018). Götz y Schlote (2009, p. 5) consideran que los productores deben hacerse cargo de lo que sus audiencias infantiles internalizan de los contenidos y señalan como ejemplo que las princesas son rubias, blancas y delgadas o el sufrimiento de los niños africanos, por lo que sugieren cuidar el tratamiento de los temas. Otro punto es reconocer las diferencias étnicas y de los grupos migrantes, reconocer la diversidad de género, la pobreza, la diversidad sexual y la discapacidad.

Hoy, reflejar las sociedades multiculturales en su diversidad y complejidad es un desafío para las televisoras públicas en el cumplimiento de su misión. En el contexto de los países nórdicos, Horsti y Hulten (2011) son críticas al analizar las políticas desarrolladas por las grandes cadenas de Suecia y Finlandia. Las investigadoras sostienen que existe una falta de definiciones claras. Por ejemplo, ellas entienden el multiculturalismo como «as a policy for recognizing the particular needs of ethnic minorities and the plural character of Nordic societies» (p. 214). Y señalan que esta política se ha abandonado por la misma degradación del término multiculturalismo por colocar a las minorías en guetos culturales y se ha reemplazado por un concepto más laxo de «gerenciar la diversidad cultural». En esa tensión surgen las dudas de entregar productos televisivos específicos para las minorías o tender a la integración, como si ambas opciones fueran opuestas y en un momento en el que el mercado parece ser contrario al cumplimiento de la misión de servicio público. Horsti y Hulten proponen no

olvidar que el multiculturalismo recoge el derecho a la auto representación de todos los sectores.

Respecto de la interculturalidad, García Canclini (2004) aborda la tensión entre el proceso de hibridación y la mantención de las identidades indígenas con sus aspectos «innegociables e inasimilables» (p.121) en el contexto de la globalización en las sociedades latinoamericanas. Plantea García Canclini que se ven enfrentados modelos, que según el autor corresponden a «temporalidades históricas distintas que coexisten en América Latina» (p. 132), aquellos que creen en rol de la tecnología para propiciar un proceso de integración social, los que creen que en el centro de la relación están las desigualdades estructurales y los que se centran en las diferencias étnicas y culturales. El investigador reflexiona que:

Al mismo tiempo, la intensa y ya larga interacción entre pueblos indígenas y sociedades nacionales, entre culturas locales y globalizadas (incluidas las globalizaciones de las luchas indígenas), hace pensar que la interculturalidad también debe ser un núcleo de la comprensión de las prácticas y la elaboración de políticas. Como decíamos, los pueblos indígenas tienen en común el territorio y, a la vez, redes comunicacionales transterritoriales, el español y sobre todo la experiencia del bilingüismo, la disposición a combinar la reciprocidad y el comercio mercantilizado, sistemas de autoridad local y demandas democráticas en la sociedad nacional (p. 121).

No resulta muy consistente, en la perspectiva de la diversa y compleja relación de fuerzas mundial, regional o de cada nación optar sólo por la diferencia, la desigualdad o la desconexión como clave interpretativa y recurso movilizador del cambio sociopolítico (p. 132).

La dimensión del género en programas infantiles ha sido estudiada en varios países y hoy cuando la temática adquiere especial visibilidad a nivel mundial se hacen especialmente relevantes. En Chile, Cabello y Ortega (2007) analizaron la relación de género en una muestra de 24 episodios de programas de la televisión chilena, tanto nacionales (*Diego y Glot*, *Block*, *Pulentos*, *el Ojo del Gato*) e internacionales, algunos estadounidenses como *Bob Esponja*, *Arnold*, *Liga de la Justicia* y *Johnny Bravo* y los asiáticos *Shin Chan*, *Doraemon*, *Ranma ½* y *Mirno*. Los autores constataron que en los programas asiáticos dirigidos a niños de 5 a 7 años hay una visión menos sexuada de las conductas, cuerpos y vestimentas y actitudes que en los programas dirigidos a niños de entre 8 y 14, donde predominan la seducción como relación principal entre personajes de diferentes géneros y la competencia y la agresión entre los del mismo sexo. En los dibujos norteamericanos las relaciones observadas en la muestra de programas son más complejas. Por ejemplo, si bien existen mayoritariamente personajes masculinos, no existen grandes diferencias en los cuerpos femeninos y masculinos en los programas dirigidos a distintos subgrupos etarios, ya que los personajes suelen ser humanizaciones de animales y otros seres (superhéroes, androides). Los autores encontraron en los programas analizados una dualidad respecto de los personajes femeninos: hay algunos decididamente conservadores, mientras otros son mucho más liberales, si bien en general se asocian a los personajes femeninos más atributos como altruismo, y reflexión. Entre los programas chilenos, los

personajes femeninos se clasificaron en dos grupos, las líderes, versus una mujer más pasiva.

En España, Reig y Mancinas (2010) recogieron la definición de género planteada por Cabello y Ortega que lo señala como «...la necesidad de diferenciar construcción social de la naturaleza biológica de los sexos» (p. 80) para estudiar estereotipos en dibujos animados extranjeros, algunos ya considerados por la investigación de Cabello y Ortega (2007) como *Doraemon* y *Shin Chan* y agregaron las series estadounidenses *Padre de Familia* y *Los Simpsons*. Los autores concluyeron que las mujeres protagonistas de estos programas responden a cánones tradicionales en todos los ámbitos, ya que su actuar se ve determinado por naturaleza biológica (madres, esposas). Las protagonistas pueden desarrollarse en la esfera pública sólo si no descuidan el hogar: desde los quehaceres domésticos a la educación de los hijos y mantención de la armonía familiar. Esta situación es más visible en los dibujos asiáticos, mientras que en los programas estadounidenses se da a entender que las protagonistas *Lois* y *Marge* en su juventud tenían capacidades y expectativas profesionales y artísticas que abandonaron por amor. El estudio de Vázquez Barrio (2009, p. 859) que incluyó dimensiones como el género y la raza tuvo conclusiones similares constatando la falta de diversidad en la televisión abierta:

De los 125 personajes protagonistas estudiados, 88 son varones (70,4%) y sólo 37 (29,6%) son mujeres. No hay diversidad racial. La raza más representada es la blanca (45,6%), seguida muy de cerca por los personajes que no son de ninguna raza humana a pesar de que su aspecto sí es antropomorfo (45,6%). Hay una pequeña representación de personajes negros (8%) y otra totalmente residual de afroamericanos (0,8%).

En un estudio más reciente, Frontera Sánchez, Sánchez Jiménez, Poveda Mora, Vayas Ruiz y Ortega Mohedano (2019) analizaron 45 de los programas más vistos en la televisión en España realizados entre 1942 y 2011, nacionales y extranjeros. Estudiaron 108 personajes y concluyeron que «...todavía se sigue perpetuando una imagen sesgada e inadecuada, desde el punto de vista social y educativo, del género femenino en los períodos y productos audiovisuales realizados» (p. 173).

Vega y Lafaurie (2013) comentaron la experiencia de *Observar TV* una iniciativa desarrollada en Colombia con el propósito de recoger las opiniones de niños y niñas sobre la televisión, interpelar sus imaginarios de ciudadanía (convivencia, paz, interculturalidad, responsabilidad y participación democrática), desarrollar procesos de capacitación en cuanto a su capacidad crítica y visibilizarlos como interlocutores en la agenda pública de su ciudad. Para ello, el proyecto desarrollo tres componentes simultáneamente: investigación, formación y visibilización, desarrollando grupos focales, talleres y en la última área recogieron las opiniones de los niños en un programa de televisión *Aprender a ver TV*.

En 2017 se realizó un estudio mundial que analizó la programación de la televisión infantil en 8 países: Canadá, Cuba, Estados Unidos, Bélgica, Alemania, Reino Unido, Taiwán e Israel y fue conducido por Götz y un grupo de investigadores (2018). Los autores se preguntaron acerca de lo que caracteriza la programación en 2017, cómo

son los principales personajes, también si existía una diferencia entre los personajes femeninos y masculinos y cómo eran las relaciones sociales entre éstos. El estudio fue contrastado con una investigación previa del IZI, realizada diez años antes en 24 países, la que había concluido que existía una importante brecha de género en los personajes principales: sólo uno de cada tres personajes protagónicos era femenino, las niñas en general eran rubias y por lo general no estaban en posición de liderazgo (Götz et al., 2008). Las conclusiones del estudio de 2017 no revelaron una mejoría en el rol femenino:

En comparación con el estudio de 2007, se pudo encontrar muy poca mejora en cuanto a la igualdad de género. Diez años después de nuestro estudio previo y, a pesar del apoyo, investigación y educación sobre la importancia de la igualdad de género y de la representación racial en la TV infantil, que está mayormente dominada por hombres, continúa presentando a varones blancos como «la normalidad y a las chicas como el otro ¿Podemos esperar un panorama distinto en los próximos diez años?» (Götz, et al., 2018, p. 62).

Götz y Schlote (2009) a partir de las conclusiones del estudio de 2008 proponen respecto de la dimensión de género unas recomendaciones para la producción de contenidos infantiles pensando en el 2010. Aunque ha transcurrido una década, estas recomendaciones tienen plena vigencia considerando que es preciso realizar un cambio cultural profundo. Respecto de lo que significa ser un niño en 2010 proponen ideas de masculinidad no estereotipadas, como las que habitualmente se asocian como una frecuente actividad, agresión y violencia. Con relación a lo que significa ser una niña hace una década las investigadoras puntualizan que aún hoy en día predominan los tipos occidentales y se ignoran temáticas que afectan a gran parte de las niñas a nivel mundial. Las autoras señalan:

In many cultures, girls are growing up with increasingly greater opportunities and perspectives. A great deal is expected of them. They are supposed to be hard-working and successful and to behave responsibly. The pressure to succeed, however, is also accompanied by traditional values, above all by the need for being nice, clean, and attractive for others in their external appearance. With puberty, at the very latest, erotic attractiveness to the opposite sex becomes the vital marker of self-esteem (Götz & Schlote, 2009, p.9).

Del mismo modo, proponen reconocer a mujeres heroínas, pero que no tengan que ser perfectas en todos los ámbitos –delgadas, bellas y amables–. Las autoras sugieren ampliar el rango de personajes femeninos infantiles, superando la dicotomía entre la chica atractiva y la niña masculinizada. Otro aspecto sugerido es reducir la hipersexualización y el uso de modelos corporales poco saludables o imposibles.

Otro aspecto abordado por Götz y Schlote (2009, p. 10) tiene que ver con la diversidad sexual y el tratamiento de este tema en una etapa tan delicada como la pubertad. Por cierto, las autoras proponen cómo debiese ser un adolescente gay en el 2010:

Accepting other sexual orientations as such; not letting this mark of difference prevent us from recognizing the similarities between us all, and from drawing inspiration from the uniqueness of each individual.

1.3.4. La representación de la infancia como criterio de calidad

La TV pública para la infancia es uno de los aspectos centrales que adquieren relevancia al momento de pensar en el futuro de los canales públicos. En el momento de la multipantalla es necesario preguntarse por qué. Según Grewenig (2009, p. 24) tres factores son cruciales si se quiere que la televisión pública infantil continúe siendo apreciada por el público por su calidad, los que están relacionados estrechamente entre sí: presupuestos adecuados para competir con los privados; espacios de la pantalla, no sólo en horarios marginales y reconocimiento de sus públicos que se traduzcan en alta audiencia.

De acuerdo con estudios realizados por el Consejo Nacional de Televisión (2014a) uno de los aspectos peor evaluados de la TV es la ausencia de programación infantil en las pantallas libres de pago, asimismo, el 60% de los padres la evalúa con nota deficiente. En las citadas investigaciones del ente regulador, se refleja que las audiencias demandan una mayor presencia y más calidad en los contenidos infantiles. Niños y niñas esperan ver en TV a personajes divertidos y atractivos para ellos, con temáticas más cercanas y realistas. En síntesis, quieren «verse» en programas que muestren «su cultura cívica y otras expresiones sociales y culturales de su entorno» (CNTV, 2014a, p. 34).

Del mismo modo que se estudian ahora a las multipantallas y sus efectos desde disciplinas como la etnografía, la neurociencia, la producción de contenidos, la educación, la salud y otros ámbitos; la literatura experta señala la importancia del consumo de contenidos infantiles de calidad y educativos, primero en su impacto en los aprendizajes y también en el desarrollo de habilidades prosociales en niños y niñas (Fisch, 2005). Con estas ideas como punto de partida, la calidad trasciende los aspectos técnicos y estéticos y se debe considerar el punto de vista de las audiencias. Sobre este tema existen percepciones desde distintas vertientes entre los expertos y más aún entre la academia y las audiencias. Según Christiny y Guzmán (2014, p. 6) hay un consenso mínimo respecto de que «...TV infantil de calidad es una forma de hacer televisión, en que se desarrollan los temas propios de los niños, con una fórmula de narración apropiada para ellos».

Hace ya veinticinco años, la realizadora y ejecutiva de BBC Anna Home (1995) presentó en *Frist World Summit on Media for Children*, el documento *The Children's Television Charter* que fue ratificado por 38 países y que pretende orientar la legislación del sector, servir como una lista a cumplir por los productores en el reconocimiento de sus audiencias, para evaluar a los postulantes en el otorgamiento de licencias y para orientar las políticas programáticas. Según la web del *World Summit Media For Children* contiene 7 principios, que pueden resumirse como:

- Los niños deben contar con programas de alta calidad, específicamente hechos para ellos, los que además de entretener deben aportar a su desarrollo.
- Los niños deben escuchar, ver y expresarse ellos mismos (su cultura, lenguaje, etc.)
- Los programas infantiles deben promover la conciencia y valoración de otras culturas.
- Los programas infantiles deben ser de un amplio rango de géneros y contenidos, resguardando las escenas de violencia y sexo.
- Los programas infantiles deben estar disponibles en horarios en los que los niños puedan verlos y/o disponibles en otros medios y dispositivos.
- Deben destinarse fondos suficientes para realizar los programas bajo altos estándares de calidad
- Las organizaciones de todo tipo (gubernamentales, de producción, distribución, etc.) deben reconocer la vulnerabilidad de los niños indígenas, debiendo promoverlos, protegiendo los lenguajes minoritarios (<http://www.wsmcf.com/charters/charter.htm> web).

Gutiérrez González (2019, p. 50) recoge en su investigación propuestas de realizadores de televisión infantil para la producción de contenidos dirigidos a este público, que sintetiza en los siguientes puntos: Investigación para conocer «el formato, el género, los aspectos culturales y tendencias de consumo del público objetivo al cual se dirigirá el contenido», Contenido, para lo que sugiere «contar historias significativas e inspiradoras para los niños». Respecto de la Producción resulta fundamental contar con el presupuesto conocido en todas las fases del proyecto, contar con un equipo sensible a las necesidades de la infancia y a una metodología ad hoc al trabajo con niños. Finalmente, respecto de la participación de la audiencia, el autor menciona el diálogo con los niños y el uso de herramientas multimedia.

Según Fuenzalida (2016, p. 238) uno de los cambios más destacados en paisaje de la TV infantil está en la representación semiótica de niños y adultos. Este cambio tiene relación con el mayor conocimiento que existe del desarrollo cognitivo de los infantes, a partir de los avances en la neurociencia:

La concepción de un niño audiencia competente ante la emisión televisiva fue permeando los programas infantiles. El análisis semiótico de la representación infantil en la realización televisiva muestra cambios tanto acerca del niño-audiencia en el hogar como al interior del texto. La representación del niño dentro de los programas televisivos ha introducido personajes competentes y activos; la evolución desde el formato modular de breves sketches (*Plaza Sésamo*) hacia el formato de historia ha permitido que el niño se transforme en el protagonista de la ficción narrada.

Fuenzalida, 2016, p. 235 establece una serie de 5 nuevos criterios de calidad que podrían resumirse en: «... en la representación del niño competente dentro del texto audiovisual y la interactividad con la audiencia infantil desde el interior de un programa

audiovisual dramático, con el niño representado como protagonista». El autor describe esta actualización de criterios y detalla sus aspectos (Fuenzalida, 2016, p. 223-235):

- Calidad en la representación del niño en la narración audiovisual ficcional. Imágenes «rostros significantes» semejantes al niño (como animales y otro tipo de personajes, pero además con jóvenes como modelos aspiracionales atractivos y con las voces.
- Calidad en la representación de rasgos formales televisivos. «Desde el niño considerado al inicio como reactivo a las formas televisivas, se ha evolucionado hacia un niño audiencia concebido como activo y constructivista». Se hace necesario reconocer los rasgos formales que ayudan a los niños, durante sus diferentes edades, a comprender el contenido televisivo. Programas para párvulos como formas y colores simples, para niños más grandes saltos temporales, como flashbacks.
- Calidad en la construcción de las historias.
- Niño audiencia. Que reconozca la nueva imagen de la audiencia receptora, basada en el concepto de niño-audiencia. Para ello el autor propone los siguientes temas (Fuenzalida, 2016, p. 228):
 - Segmentación del niño-audiencia receptor. El autor propone una segmentación adecuada a la edad e incluso seguir segmentando de acuerdo con si se trata de niñas o niños.
 - Articulación del niño-audiencia con otras pantallas y plataformas. «No es concebible hoy diseñar un programa solo para la pantalla del televisor tradicional» dirá el autor (Fuenzalida, 2016, p. 228).
 - El niño-audiencia receptor concebido como interactivo. «Los programas no pueden ser diseñados únicamente como un espectáculo a ser mirado por la audiencia infantil. El niño disfruta participar con movimientos y respuestas a la interactividad verbal desde la pantalla» (Fuenzalida, 2016, p. 229).
 - Desde el niño como aprendiz del adulto al niño-audiencia competente. El niño aprende haciendo. Se le concibe como capaz para la búsqueda de contenidos que son de su interés, por ejemplo, a partir del uso de nuevas pantallas.
- La representación del niño dentro del texto audiovisual. «La representación en pantalla de un niño con capacidades y motivaciones internas permite al niño-receptor los procesos de reconocimiento de sí mismo y de identificación emocional» (Fuenzalida, 2016, p 230).
- Representación de un niño competente con habilidades y motivaciones internas.
- Competencias de inteligencia emocional. Fuenzalida resalta el potencial de la TV para apoyar el desarrollo psicosocial del niño. En especial el autor destaca que en lenguaje audiovisual contribuye a la representación de «...la conciencia de sí mismo y la conciencia social, autoimagen positiva, responsabilidad en la toma de decisiones, resiliencia y sentimiento de capacidad, motivación interna al desarrollo de sus capacidades, autoconfianza, valoración de la diversidad, autocontrol y relaciones sociales» (Fuenzalida, 2016. p. 230).

- Representación lúdica de la diversidad. Con personajes variados física y psicológicamente.
- Actitud curiosa y emprendedora en programas cognitivos. El autor propone no centrarse en la divulgación, sino en estimular la curiosidad propia de los niños.
- Desde el audiovisual como espectáculo a la interactividad. Fuenzalida comenta que la interactividad en los formatos es un atractivo especial para los niños, los desafía a cuestionarse, resolver acertijos, problemas, tomar decisiones. «La interactividad es un recurso que genera un texto que deja de ser solo espectáculo para mirar» (Fuenzalida, 2016, p. 232).
- Revalorización del niño como protagonista. «En la narración de historias, asumir el rol de protagonista destaca la actividad del personaje; es una forma de representar al niño dentro de un texto como activo, competente y hábil» (Fuenzalida, 2016, p. 233)
- La narración con esquema dramático. Esta forma de narrar permite que el protagonista ponga en juego todas sus habilidades para resolver el nudo-conflicto de la historia. Además de ser un elemento entretenido, según el autor permite integrar elementos cognitivos y valóricos al elemento lúdico.
- Nueva función del personaje adulto. Del tradicional rol de protagónico de los adultos en programas infantiles, ellos pasan a ser facilitadores, no aparecen o bien son reemplazados por jóvenes, que permiten a los niños una identificación aspiracional.
- La música y las canciones. Esta dimensión marca el tono emocional de los programas audiovisuales, tienen, según Fuenzalida una función estratégica.

1.3.5. Los festivales audiovisuales como referentes de calidad

Desde mediados de los años sesenta los Festivales Audiovisuales especializados en público infantil son referentes en lo que se consideran productos –tanto cinematográficos, televisivos y contenidos interactivos– de calidad para la infancia. Los festivales son espacios que permiten mucho desarrollo de la industria, difusión de contenidos, intercambio de experiencias, capacitación profesional, gestión de coproducciones, generación de videotecas de contenidos, entre otras. Además de los grandes festivales cinematográficos que tienen secciones especiales de formación para nuevos públicos, dirigidas a niños, niñas y adolescentes, existen en el circuito internacional espacios dedicados exclusivamente al público infanto-juvenil, como *New York International Children's Film Festival* y *Chicago International Children's Film Festival* en Estados Unidos, el Festival de *Giffoni* en Italia, el *Japan Prize* y *Prix Jeunesse* de Alemania. Estos dos últimos festivales se destacan por realizar un trabajo continuo desde hace muchos años, en función del concepto de calidad, desde el enfoque de Derechos de la Infancia o con propósitos de que los contenidos sean un aporte con fines educativos y culturales. Sobre el tema Kodaira (2005) señala:

The contests are not only about selecting winners. They provide an opportunity for producers, researchers, and educators from all over the world to engage in open-minded discussion about the programs in the contest, to exchange views and information about any aspect of children's television, and to develop ideas for future programs. In addition, the contests have built up video libraries that can be accessed for workshops and seminars. This means that the fruits of each contest can be exploited worldwide, with the aim that any country setting out to develop its children's television repertoire has valuable resources on hand (127).

El Festival bianual *Prix Jeunesse* depende de una fundación nacida en 1964 en la que participa el gobierno de Bavaria. Kodaira (2005a, p. 127) señala:

The international children's television contest, the *Prix Jeunesse* International and *Japan Prize* (the latter with is motto *for our children's future*), have contributed greatly to the development of children's television around the world since they were launched in the mid-1960s. The contest is not only about selecting winners. They provide an opportunity for producers, researchers, and educators from all over the world to engage in open-minded discussion about the program in the contest, to Exchange views and information about any aspect of children's television, and to develop ideas for future programs. In addition, the contests have built up video libraries that can be accessed for workshops and seminars. This mean that the fruits of each contest can be exploited worldwide, whit the aim that any country setting out to develop its children's television repertoire has valuable resources on hand.

El Festival *Prix Jeunesse* alemán define la calidad mediante una serie de criterios referidos a: *público objetivo, idea, guión y realización*. Se valoran ámbitos como la pertinencia, relevancia cultural, valor informativo, empoderamiento de los niños, originalidad de la idea, buena investigación y desarrollo del tema y adaptación para la TV. En la siguiente tabla se detallan los criterios:

Tabla 10. Criterios de calidad Prix Jeunesse Internacional	
Público Objetivo	Considerando el territorio, cultura y rango de edad al que el programa está dirigido: ¿Es apropiado y atractivo? ¿Es culturalmente relevante? ¿Es exitosamente entretenido? ¿Informa? ¿Respeto a los niños/los toma en serio? ¿Empodera a los niños?
Idea	¿Es interesante? ¿Es original? ¿Tienen un nuevo enfoque? ¿Es fresca? ¿Hace pensar al espectador? ¿Es motivador para el espectador? ¿Cumple su objetivo/propósito?
Guión	¿Es la estructura / equilibrio bueno? ¿Está bien investigado y desarrollado el tema? ¿Es el diálogo es de alta calidad? ¿Están los personajes bien desarrollados? ¿Son sus acciones justificadas?
Realización	¿Está la idea bien adaptada para la televisión? (estilo visual, trabajo de cámara, estilo, edición, ejecución musical)

Fuente: web *Prix Jeunesse* internacional, 2018.

En la más reciente edición 2018 que se desarrolló en mayo de 2018 y fueron seleccionaron como finalistas a 111 contenidos de diversas partes del mundo. De los finalistas, 17 de los programas seleccionados son latinoamericanos:

Tabla 11. Programas latinoamericanos finalistas Prix Jeunesse Internacional 2018				
Categoría	Edad	País	Serie/ Capítulo	Productora
Interactividad		Colombia	# TBT Sin limites	Canal Capital
Cortos TV		Colombia	That´s who we are; Children	Señal Colombia
		Colombia	On your marks	Señal Colombia
		Chile	The Ogre & The chicken	Zumbástico Studios
Ficción	Hasta 6 años	Brasil	Animated tales	Gaia Produções Cinematográficas Ltda.
		Estados Unidos /Chile	The Paperonauts	Discovery Kids Latin America
No Ficción		Uruguay	House on the tree	La casa del árbol
		Colombia	Emoticons	Guoqui Toqui / Señal Colombia
		Ecuador	The invincible team	Nestlé/IPANC/Zonacuario
Ficción	7-10 años	Brasil	Ba	Cigano Filmes
		Brasil	Jorel´s Brother- Lost in the cinema	Copa Studio
		México	Pieces of the Jigsaw puzzle	XE IPN Canal Once
No Ficción		Argentina	Neuro... What?	Pakapaka
		Cuba	The Corporation D	Telemayabeque
Ficción	11-15 años	Brasil	Young hearts	TV Globo
		Venezuela	Free Wheel	Fundación Villa del Cine
No ficción		Colombia	#Lookwhathappens	Secretaría de Educación del Distrito/Canal Capital

Fuente: Elaboración propia con datos web Prix Jeunesse Internacional, 2018.

Japan Prize es uno de los festivales más destacados respecto de los criterios de excelencia en el ámbito educacional. Este festival se realiza anualmente y data de 1965. Como señala su web <http://www.nhk.or.jp/jp-prize/english>, el evento inicialmente premiaba la realización de programas educativos tanto audiovisuales como radiales. Desde 1991 se concentra en programas audiovisuales y desde 2008 incluye otros medios educativos digitales. Existen dos grandes líneas concursables: la *División audiovisual*, que a su vez se subdivide en las categorías preescolar, primaria, juventud, aprendizaje para toda la vida y frontera creativa. Además, tiene dos menciones especiales: el Premio Presidente de la Fundación *Japan Prize* y el Premio UNICEF. La segunda línea es la *División de propuestas*, que premia la *mejor propuesta* con un Premio de la Fundación *Hoso Bunka* y el premio a la *propuesta de excelencia* que otorga UNESCO. Se otorga un máximo reconocimiento: *El Gran Premio*. Respecto de los criterios para juzgar a los competidores, la web estipula criterios comunes a todas las divisiones en concurso:

Whether the entry takes a long-term perspective and has educational goals designed to contribute to individual growth

Whether the entry is effective in contributing to a richer life such as by providing new knowledge and/or information and guidance for rational thinking

Whether the entry is effective for helping viewers/users understand others and/or foster sympathy for others

Whether the entry has universal educational applications and offers effective suggestions for problem-solving and other activities aimed at improving society

Whether the entry uses media functions and specific media characteristics efficiently.

Por su parte, cada línea tiene criterios específicos que son valorados en el concurso. La División audiovisual define su sentido como:

Educational content has an important role in contributing to both individual growth and social development, by fostering our aspirations to learn, reflect, and empathize. The *Japan Prize*, as a place to confront the challenges of our times and societies and pursue the meaning of education, looks for richly novel and creative educational content (web *Japan Prize*).

Esta línea valora 4 ámbitos: el establecimiento y logro de metas educativas; el contenido y composición; la expresión y dirección y, finalmente, las características y usabilidad. La División de propuestas se justifica de la siguiente manera:

Educational content has an important role in contributing to both individual growth and social development, by fostering our aspirations to learn, reflect, and empathize. The *Japan Prize*, as a place to confront the challenges of our times and societies and pursue the meaning of education, looks for richly novel and creative educational content.

In this division, the proposals will be evaluated based on the aims of supporting the realization of educational television programs in countries/regions with limited budgets and/or technical facilities and contributing the development of educational broadcasting around the world (web *Japan Prize*).

En esta línea se evalúan 6 criterios de calidad: el establecimiento y logro de metas educativas; el contenido y composición, la creatividad y originalidad, el proceso de producción (en términos de presupuesto) el compromiso de emisión del contenido y la administración de los derechos de autor. En la edición más reciente del Festival, realizada en noviembre de 2018, el programa *Vientos Culturales* de México que recibió el premio de la Fundación Hoso Bunka a la *mejor propuesta* y *Emoticones de Señal Colombia* resultó en segundo en la categoría audiovisual preescolar.

En Latinoamérica existe una gran cantidad de festivales específicos para público infantil y juvenil, tal como se puede observar en la Tabla 12. La mayoría de ellos han proliferado en este siglo, si bien el pionero fue *Divercine* de Uruguay que se realiza desde 1995.

Uno de los aspectos más interesantes de los Festivales continentales es que existe una cercanía y una dinámica de colaboración entre los distintos eventos, por ejemplo, al compartir contenidos. Existen las llamadas *maletas* de programación, que incluyen una selección de materiales de determinados festivales que se exhiben en otros, lo que amplía y diversifica la oferta y la traslada a públicos de distintos lugares.

Asimismo, entre los festivales se han articulado redes que han elaborado propuestas para el sector audiovisual y, más aún, respecto de temas de infancia. La Red CINIÑO se define como una «red de festivales de cine para niños de Iberoamérica» y

está integrado por representantes de festivales *Nueva Mirada* de Argentina, *Divercine* de Uruguay, *Kolibrí* de Bolivia, *La Matatena* de México, *CINEDUC* de Brasil, *Festival de Cine de Pamplona*, España. En su declaración de principios, la red constata la falta de diversidad en la oferta de contenidos para los niños del continente, que en su mayoría son estadounidenses y reafirma su compromiso:

El objetivo que nos guía y nos une, es contribuir al desarrollo cultural de los niños y jóvenes, en su calidad de sujetos y ciudadanos cuyos derechos sean respetados y con capacidad, actual y futura, de aportar sus voces, ideas y creatividad a la construcción de una convivencia social de calidad (web <http://www.festivalkolibri.com/p.php?p=redcinino>).

Tabla 12. Festivales audiovisuales infantiles latinoamericanos

Nombre	País	Inicio	Web
Ojo al Píjolo	Argentina, Rosario	2010	http://festivalojopalpiojo.gob.ar/
Festival Imágenes Jóvenes en la Diversidad Cultural	Argentina, Buenos Aires	2004	www.imagenesjovenes.org.a
Festival Internacional de Cine Nueva Mirada para la Infancia y la Juventud	Argentina, Rosario	2001	http://www.nuevimirada.com
Festival Internacional de Cine para Niños, Niñas y Adolescentes Ojo de Pescado	Chile, Valparaíso	2012	https://www.ojodepescado.cl/
Fan Chile	Chile, Santiago	2016	https://www.fanchile.com/
Festival FESCIES	Chile, Valparaíso	2009	https://fescies.uv.cl/
Festival Chilemonos	Chile, Santiago	2002	http://chilemonos.com/web2018
Festival Kolibrí	Bolivia, La Paz		http://www.festivalkolibri.com/
Festival Internacional de Cinema infantil, FICI	Brasil, Natal, Aracaju, Río de Janeiro, Niteroi, San Pablo, Salvador	2002	https://www.fici.com.br
Prix Jeunesse Iberoamericano -ComKids	Brasil, Sao Paulo	2003	https://www.comkids.com.br/festival-2017 https://www.comkids.com.br/
Mostra de cinema infantil Florianópolis	Brasil, Florianópolis	2002	http://www.mostradecinemainfantil.com.br/
Festival Internacional de Cine para Niños (...y no tan Niños) La Matatena	México, Ciudad de México, Cuernavaca Morelos, Monterrey, Estado de México, Tijuana y Michoacán	1995	http://www.lamatatena.org/inicio.html
Festival Educativo y cultural	Nicaragua, Managua	2018	Sin información
Mi Primer Festival	Perú, Lima	2014	http://www.miprimerfestival.net
Divercine	Uruguay, Montevideo	1992	http://www.divercine.com.uy/
FICAIJ, Festival Internacional de Cine y Audiovisual Infantil y Juvenil	Venezuela, Mérida	2010	http://ficaij.blogspot.com/

Fuente: Elaboración propia con datos web Festivales y Latinlab.

El Festival *Prix Jeunesse* Iberoamericano tal como su referente alemán, define la calidad sobre la base de criterios referidos a las mismas categorías: Contenidos para niños menores de 6 años, dicción y no ficción para niños entre 7 y 11 años, y entre 12 y 15 años. La más reciente edición se desarrolló en 2017 en Sao Paulo, Brasil. En esa oportunidad resultaron ganadores programas de Colombia (3), Brasil (3), Chile (2), España, Ecuador, Uruguay y Venezuela con un programa.

Tabla 133. Programas ganadores Prix Jeunesse Iberoamericano 2017			
Edad	Categoría	País	Serie/ Capítulo
Hasta 6 años	Ficción y no ficción	Colombia	Guillermina y Candelario – Quiero ser yo (1er lugar)
			Lolalá vamos a cantar – Camino al mercado (3er lugar)
		Ecuador	Atrapasueños – Verito sueña en Pascuales (2º lugar)
7 a 11 años	Ficción	Brasil	Irmão do Jorel – MC Juju (1er lugar)
		Chile, Brasil, Argentina y Colombia	Puerto Papel – Amor de papel (coproducción Brasil, Argentina, Colombia, Chile) (2º lugar)
		España	Einstein- Rosen (3er lugar)
	No ficción	Colombia	Asquerosamente rico – Garrapata mutante Mis Juegos (1er lugar)
		Chile	Bebé en camino – Navegando a la Isla del bebé (2º lugar)
12 a 15	Ficción		Un mundo de amigos- Azaan + Belén (3er lugar)
		Uruguay	Alto el juego (1er lugar)
		Brasil	Caminho dos Gigantes (2º lugar)
		Venezuela	Rueda libre (3er lugar)
	No ficción	Brasil	Trabalhar para quem? (1er lugar)
		Chile	Sueños latinoamericanos (2º lugar)
		Colombia	Las Niñas de La guerra (3er lugar)

Fuente: Elaboración propia con datos Prix Jeunesse Iberoamericano, 2017.

La programación Novasur ha recibido numerosos premios en Festivales nacionales e internacionales, según se detalla en la Tabla 14. Destaca el programa *Pichuntún*, nominado al *Prix Jeunesse* internacional en el Premio especial que otorga UNESCO por aporte a la diversidad e identidad de los niños. En 2019, capítulos de la segunda temporada del programa fueron exhibido en las pantallas de la televisión infantil japonesa *NHK*.

Tabla 14. Programas Novasur premiados en festivales 2015-2019				
Programa	Festival / Premio	Lugar	Año	País
Las enmarcadas aventuras de Trifulco y Amadora	Festival Internacional del Audiovisual Educativo y Cultural / Educación y Familia	1er lugar	2018	Nicaragua
Experimenta, ciencia de niños	ComKids 2019	3er lugar	2019	Brasil
	Divercine / Mejor cortometraje documental	Ganador	2018	Uruguay
Lyn y Babas	Festival Ojo de Pescado	Series TV y web	2019	Chile
	Fan Chile / series preescolares	1er lugar	2017	Chile
Un Mundo de Amigos	Festival ComKids / Prix Jeunesse Iberoamericano	Premio Prix Jeunesse	2019	Brasil
	Prix Jeunesse Iberoamericano / Series no ficción 7-11 años	3er lugar	2017	Brasil
Cuéntame un cuento	Walmapu / series infantiles	1er lugar	2017	Chile
Pichintún	Festival ComKids 2019	Mejor programa ficción	2019	Brasil
	Chilemonos / Premio público	1er lugar	2019	Chile
	Festival Fan Chile / Mejor serie preescolar	1er lugar (empate con Japón)	2018	Chile
	Festival Ojo de Pescado / Mejor serie TV	Ganador	2018	Chile
	Divercine	Mención especial	2018	Uruguay
	Fan Chile / Premio del Público	1er lugar	2016	Chile
	Divercine	Mención especial	2016	Uruguay
	Prix Jeunesse Internacional / Premio Especial UNESCO en Prix Jeunesse	Finalista	2016	Alemania
Suni Cautín, la niña de mis ojos	Prix Jeunesse Internacional / Premio Especial UNESCO en Prix Jeunesse	Finalista	2016	Alemania
Camaleón y las naturales ciencias	Premios Fundación QuéVeo / Series preescolares.	1er lugar	2015	Chile

Fuente: Elaboración propia con datos CNTV.

1.4. EXPERIENCIAS IBEROAMERICANAS DE TELEVISIÓN PÚBLICA

El surgimiento de las grandes señales internacionales norteamericanas de contenidos infantiles como *Disney*, *Nickelodeon* o *Cartoon Network* se produjo a fines de los años ochenta. Si bien surgió como una respuesta ante la progresiva desaparición de contenidos infantiles en la televisión tradicional, también supuso una visión de un mercado comercial potencialmente atractivo, como señala Steemers (2009). Como señala la autora, hoy se trata de un mercado rentable, que se nutre del comercio de productos asociados de los más diversos rubros, desde alimentos, juguetes, a vestuario o electrodomésticos, con las consiguientes tensiones que ello produce en términos de tratamiento de las infancias como consumidores más que ciudadanos. Asimismo, la venta de licencia de personajes y programas es extremadamente rentable.

Kodaira (2005) comenta el renacimiento de las señales públicas infantiles en países de Europa a fines de los años noventa y comienzos del dos mil que se produjo al detectar la ausencia de contenidos locales con identidad propia ante el monopolio de las señales estadounidenses, constatación que el autor señala como la más amplia oferta de contenidos, pero homogéneos y poco diversos. Este renacer de los contenidos para niños en la televisión pública se ha producido en prácticamente todo el mundo. Especialmente destacadas son las propuestas de Japón, Corea, Alemania, Reino Unido, Australia, Países Bajos y en los países nórdicos, por nombrar algunos.

Tabla 15. Canales públicos infantiles, según país y año de fundación		
País	Canal	Año
Alemania	Kinderkanal	1997
	KIKA	2000
Países Bajos	Z@ppelin	2000
Estados Unidos	PBS Kids Channel	1999
Reino Unido	CBBC	2002
	CBeebies	2002
Suecia	Barkanalen	2000
Japón	NHK	1935
Canadá	YTV	1997

Fuente: Elaboración propia con datos de Kodaira, 2005.

Pese a las dificultades propias de la gestión de los medios públicos, especialmente en el escenario de transformación que suponen la multipantalla, los canales públicos en diferentes países han logrado aportar una oferta innovadora, de alta calidad y enfocada en sus respectivas audiencias, revalorizando el género e inspirando cambios en la producción de contenidos para niños en todo el mundo. A continuación, se presentan algunas de las principales tendencias en programación infantil, que pese a las diferencias que reviste respecto del entorno latinoamericano han sido fuente de inspiración para las experiencias iberoamericanas que se describen posteriormente.

1.4.1. Tendencias mundiales en programación infantil

Kodaira (2005) a partir de su estudio de la extensa, variada y rica programación infantil en Japón y de su experiencia en festivales internacionales como *Japan Prize* y *Prix Jeunesse* destaca las principales tendencias programáticas de las señales infantiles en las que los canales públicos de estos países han tenido una gran importancia:

- *Programas que tratan los temas del mundo real y que se refieren a tópicos de la realidad o actualidad, como el sida, el acoso escolar o la pobreza.* El mejor ejemplo son los noticieros para niños, como *Shukan Kodomo Nyusu* de NHK Japón los programas informativos para las familias. Otros ejemplos de programas que Kodaira menciona son: *logo!* de la corporación Alemana ZDF y *Newsround* de BBC.
- *Programas para niños en tiempos de guerra y conflictos.* El autor menciona especiales de programación para el tratamiento de conflictos particulares y espacios en zonas específicas como Israel.
- *Diversificación en los programas dirigidos a preescolares.* El autor señala que se produce desde los años noventa, si bien el potencial de este género se reconoce desde el lanzamiento de Plaza Sésamo en 1969. Kodaira (2005, p.120) ejemplifica con este programa, cómo un formato que pretende el respeto multicultural puede tener éxito a nivel mundial, siendo versionado en países como «México, Alemania, Países Bajos, Kuwait, Turquía, Rusia, China e Israel» además de versiones de Sudáfrica y Egipto.
- *Programas que fomentan la capacidad crítica de los niños.* Fomentar el interés por el descubrimiento y las ciencias, es la motivación de espacios como *Pythagora's Switch* de NHK Japón, dirigido a niños de 4 a 6 años.
- *Programas que promueven la actividad física.* Kodaira menciona *Boogie Beebies* de BBC lanzado en 2004 y el japonés *Let's Move Our Bodies*.
- *Programas para niños recién nacidos hasta los 2 años.* *Teletubbies* desarrollada por BBC salió el aire en 1997, luego siendo exhibido en pantallas de todo el mundo.
- *Programas en que los niños participan.* Kodaira (2005) distingue categorías como los espacios de concurso, entre los que destaca el programa alemán de actualidad y ciencia de ZDF *Just Super!* Otros son los magazines conducidos y protagonizados por niños. Destaca además programas de actividades de la vida real y ejemplifica dos programas dirigidos a preescolares en la que se muestra a niños pequeños realizando actividades cotidianas.
- *Animaciones.* Son probablemente los contenidos más programados por las señales infantiles en el mundo, tanto los realizados localmente como los grandes productos internacionales. Kodaira destaca los *Pokémon* (de Japón), *Thomas y sus amigos* (británico) y *Pingu* (de Suiza).
- *Sueños y fantasías.* En esta categoría, el autor incluye series dramáticas de diversos países, que en ocasiones tienen muchísimas temporadas, demostrando la fidelidad de las audiencias por años.

En contraste, podría recogerse lo que Steemers (2009, p. 23) describe como intereses del sector comercial que trabaja en la adquisición de licencias de contenidos infantiles que tienden a rentabilizar y ampliar las áreas de negocios. Por ello, respecto de del género audiovisual, se prefieren programas de animación o con personajes disfrazados, por sobre cuenta cuentos, que no son tan replicables. Los personajes deben ser varios, como para generar una colección, ser distintivos para que destaquen y sean reconocibles. Debe proveerse un entorno atractivo, utilizaría asociada como vehículos, herramientas, etc. Se exige una frecuencia de al menos 26 episodios que asegure su permanencia en el tiempo y que tenga emisiones frecuentes. Además, debe tener elementos que contenten a los padres como algún valor educativo. Finalmente, debe contar con aplicaciones en línea, para expandir el ámbito de contacto con las audiencias.

Respecto de la evolución de los formatos, cabe señalar que en diferentes lugares del mundo se están desarrollando experiencias innovadoras de televisión infantil, que destacan por sus énfasis, ya sean en aspectos como la convergencia, nuevos lenguajes o en la promoción de los derechos de la infancia. Entre estas ideas y en el marco de la reivindicación del Derecho de los Niños a la información y la comunicación destaca *Wadada News for Kids*, iniciativa impulsada por Jan-Willem Bult es un ejemplo innovador en varios sentidos. Definida en su página institucional (<http://www.wadadanewsforkids.org/> 05/04/2018) como una «cooperación *crossmedia*» ha inspirado la realización de noticieros para niños en diversas partes del mundo exportando un formato propio. Este proceso supone compartir unos valores, en este caso el derecho de los niños a la información, participación y libertad de expresión, buscar un socio en cada país –como los canales *Pakapaka*, en Argentina o *TV Cultura* en Brasil–, producir contenido local mediante la colaboración, que una vez producido está abierto a toda la red, y la búsqueda conjunta de financiamiento. Todo ello a partir de una idea no tan novedosa: la exportación de un formato –flexible y adaptable a la realidad nacional–, como *Sesame Street* (Plaza Sésamo, Barrio Sésamo y sus diferentes variantes a lo largo del mundo).

Con la categoría de una red de cooperación mundial, Wadada dispone de una videoteca online con contenidos internacionales y comparte las informaciones que los espacios locales desarrollan en puntos del planeta, a través de un noticiero mundial según se describe en su web (14/04/2018):

Wadada News for Kids, together with local partners, sets up special news for kid's programs around the world. Every day, the programs are viewed by millions of children and their parents across the globe. Here you can watch a selection from our programs and items.

Hoy la iniciativa que se desarrolla desde 2004, llega a más de 20 países y 100 millones de personas, en 14 idiomas. En América Latina el formato se ha instalado con fuerza, estando presente en 8 países de la región, con diferentes matices. Como se detalla en la tabla siguiente, cada uno de los países adopta un énfasis propio, como Derechos de los niños, combate de la violencia, denuncia, tratamiento de la actualidad y una modalidad propia respecto de la *frecuencia* (como un noticiero diario o semanal), la *duración* (siete, doce o más minutos), *presencia de conductor adulto*, entre otras.

Tabla 16. Programas noticieros infantiles WADADA en América Latina

País	Nombre	Descripción
Argentina	Alta Noticia	El programa de noticias del canal <i>Pakapaka</i> aborda temas de la actualidad – nacional e internacional– desde la perspectiva de los niños. Ha ganado premios internacionales como el Prix Jeunesse Mundial
Bolivia	Pica	El principio del noticiero Pica es que la noticia es un acto de protesta y defensa y se define como un programa inteligente con adolescentes.
Brasil	Repórter Rá Teen Bum	Repórter Rá Teen Bum es un programa de noticias mundiales, nacionales y locales para niños y jóvenes, con un lenguaje cercano y desde el enfoque de los infantes. Se transmite a través de TV Cultura.
Colombia	Sin Filtro	Noticias para niños en 7 minutos. Es parte de un proyecto de Canal Capital.
Ecuador	Wadada Ecuador	Programa de noticias con ámbitos de interés para niños y adolescentes, recogiendo temas (su cotidianeidad, y sus hobbies) diariamente desde distintos lugares del país.
México	Vientos TV	Se define como una invitación a la inclusión social y a la coexistencia pacífica en el contexto de la creciente violencia y racismo histórico en México. Su público objetivo son niños de desde los 7 a los 12 años.
Nicaragua	De Humo	Noticiero semanal que data de 2012 y está dirigido a los niños entre 14 y 17 años, con el objetivo de preparar a los adolescentes para entender lo que sucede en el mundo.
Perú	NAPA	NAPA se emite a través de 40 señales locales de TV llegando a 8 millones de televidentes. Sus objetivos son la participación y la educación de los niños.

Fuente: Elaboración propia con datos recuperados de WADADA, 2018.

Las iniciativas iberoamericanas que se presentan a continuación a menudo han servido de base para la generación de políticas públicas y toma de decisiones en el ámbito de la comunicación en el continente, con resultados en ocasiones positivos y, en otras, todo lo contrario.

1.4.2. Programación infantil en RTVE en el contexto digital y multipantallas

El nacimiento de *RTVE* se remonta a 1956 en plena dictadura franquista. Antona-Jimeno (2014) señala que desde los inicios la televisión pública española tiene la misión de educar, entretener e informar. El aspecto educativo en esos años estaba constituido por una oferta destinada al público adulto, con un énfasis más bien escolarizante cuyo fin era el ascenso social. Según las autoras Paz Rebollo y Martínez Valerio (2014) entre 1958 y 1968 se conforma una primera audiencia televisiva infantil en España. En una primera etapa hasta 1963, el canal está en una fase inicial con las consabidas dificultades técnicas. Los formatos predominantes en la TV infantil de ese momento eran, por una parte, la transmisión de espectáculos en directo, como circo, teatro, marionetas y, por otra, programas de producción propia como concurso y espacios religiosos. Las autoras Paz Rebollo y Martínez Valerio (2014, p. 296) señalan la vinculación de la programación con los objetivos del gobierno:

Sobre los directivos recaía la responsabilidad de concretar una programación que hiciera realidad los propósitos del régimen en el uso de la televisión. No puede hablarse de una clara relación de empeños políticos de tono persuasivo en los años posteriores a 1969.

Las mismas autoras en su investigación de 2013 señalan que a partir de 1964 hay un cambio de enfoque, pero no necesariamente una mayor oferta, ya que la cantidad de horas de programación, la que sólo corresponde a una hora y diez minutos diarios. Sobre el tema precisan:

...en estos años se creó una programación infantil, pero no fue ni amplia ni exclusiva puesto que los contenidos de muchos de los programas iban dirigidos a toda la familia. Se observa un tratamiento del niño como un *adulto pequeño* al que la televisión trata de entretener. A partir de 1964, los contenidos intentaron adaptarse algo más a los gustos y a las diferentes edades de los niños. No obstante, el espíritu patriótico y la formación cristiana estuvieron presentes en la oferta televisiva a lo largo de todos estos años (p. 45).

La Televisión Educativo Cultural y su versión más escolar también tuvieron su lugar en la televisión española del régimen franquista. Al año 1968 se remonta el proyecto *Televisión Escolar*. La aparición de programas para preescolares es coincidente con la Ley General de Educación de 1970. Según Pérez-Tornero (2004) la televisión educativo cultural (TEC) ha tenido diferencias notables entre lo que él llama Europa del Norte: Alemania, Gran Bretaña, Suecia, Noruega, Finlandia, Bélgica y Holanda con un desarrollo más rico y con un mercado regulatorio y financiero más adecuado y, por contraste, la Europa del sur (España, Portugal y Grecia) con un financiamiento y desarrollo más escaso.

Respecto de los inicios de la televisión educativa, el mismo autor, citado por Pérez Tornero y Baena (2010, p. 146) señala que en sus comienzos durante los años sesenta fue meramente escolar y en la década siguiente incluyó espacios para la educación de adultos:

RTVE fue la impulsora de los primeros proyectos de programación educativa durante los primeros años de la década de los sesenta. Se trataba de emisiones destinadas a la formación básica (Escuela TV), a la formación profesional (Escuela TV II y a los jóvenes (Academia TV). El modelo de estos espacios seguía el tradicional de la televisión escolar, e intentaba sustituir una escolarización aún insuficiente en el país por «lecciones» retransmitidas.

En el denominado «tardofranquismo» —entre 1969 y la muerte de Franco ocurrida en 1975— la oferta de contenidos propios incluyó entregas diarias de lunes a viernes, entre las 18 y las 20 horas, cuyo propósito era fidelizar a los más pequeños. Uno de los espacios más emblemáticos de este período fue la *Familia Telerín* que cada noche invitaba a los niños a irse a dormir.

Durante ese período el formato más común de programas para niños eran los contenedores tipo magazín, sin segmentación respecto de las edades de los infantes, es decir, estaban dirigidos a todos los niños sin importar la diferencia de edades. Los fines de semana predominaban los espacios con contenidos aptos para todo el grupo familiar, como las series norteamericanas *Bonanza*, *La Casa en la Pradera* o *Flipper* (Paz-Rebollo & Martínez Valerio, 2013).

Durante la transición española la sociedad experimentó un período de apertura política y cultural. La televisión experimentó cambios tecnológicos, de contenido y de gestión conforme el proceso democratizador fue avanzando. En 1981 se creó Radio Televisión España (*RTVE*). Como señalan Paz Rebollo y Mateos Pérez (2016, p. 309) el proceso de instalación democrática tuvo un fuerte impacto e implicó importantes desafíos para la televisión, que para el año 1982 contaba con una audiencia diaria de cerca de 20.9 millones de personas:

... TVE's programming for young people during the political transition reframed normal life for a newly democratic citizenry. New types of content, formats, and modes were introduced to prepare young viewers as citizens. Furthermore, programs were crafted to make Spanish political innovations seems routine and on par with the culture of other modern, democratic countries.

En 1978 se redujo el tiempo destinado a la franja diaria de programas infantiles y se diversificó la oferta de géneros dirigidos al grupo familiar. Se redujo la cantidad de programas importados y se produjeron contenidos propios, con variedad de formatos y de temas (desde las series de ficción como *Verano Azul* a espacios deportivos como *Torneo* y otros géneros como los documentales de naturaleza). La investigación realizada por Paz Rebollo y Mateos Pérez (2016, p. 315) señala que, durante la transición española, 65% de los contenidos producidos por *TVE* para niños y jóvenes se orientaron más a entretener que a educar e informar. Pese al esfuerzo de producción propia, los estudios de audiencia de la época mostraron que el género preferido de los niños eran los dibujos animados, especialmente los norteamericanos y los jóvenes las series extranjeras.

A partir de una alianza entre *RTVE* y el Ministerio de Educación y Cultura español surge en la década de los noventa un programa insignia de la televisión educativa y cultural, *La Aventura del Saber*, que es probablemente el programa más reconocido.

Luego de décadas de que Radiotelevisión Española ejerciera el liderazgo en la sintonía, a partir de los años noventa ante la consolidación de emisoras privadas como *TV5* y *Antena 3*, la señal pública experimentó la competencia por las audiencias. La caída de la sintonía de las televisiones públicas se considera un fenómeno internacional, asociado a factores como la falta de independencia del poder político – que conlleva la pérdida de credibilidad– y al mal manejo financiero y de gestión. Se produce entonces una demanda social por cambios en los marcos regulatorios y legales, como por la mejora en los modelos de negocio, ya sea de los grandes gigantes como *RTVE* o de las señales autonómicas, como constata Palacio (2007).

La situación se vio agravada por la crisis económica de 2008. Se produjo entonces una disminución general de la inversión publicitaria en los medios tradicionales (en especial en la TV). En el período, la inversión publicitaria en televisión logró su punto más alto en 2007, alcanzando la cifra 3469 millones de euros. Luego de la crisis, la recaudación publicitaria llegó a su punto más bajo en 2013 con sólo 1703 millones de euros (lo que representa una pérdida mayor al 50%). Desde 2014 a la fecha se registra un aumento sostenido (Barlovento, 2016, p. 4).

Como lo describe Erika Fernández (2012, p. 315) «la etapa previa a la implantación de la TDT se caracterizó por la ausencia de una propuesta atractiva y competitiva para niños y jóvenes de la que disfrutar en la televisión generalista». La lucha por el avisaje es uno de los factores que hacen que los espacios dedicados a niños y niñas fueran reemplazados por contenidos más rentables en términos de rating, como los programas de farándula y *realities*, claramente inadecuados para menores de edad.

La digitalización y el apagón analógico de 2010 trajeron consigo la multiplicación de la oferta: de unos pocos canales abiertos a más de una veintena de señales en 2016. La TDT posibilitó el nacimiento de las señales temáticas de los grandes grupos de comunicación, diversificadas para cada público objetivo: mujeres, jóvenes y niños, lo que significó una oportunidad para la ampliación de la oferta de contenidos específicos para diversos públicos.

Si bien entre 2012 y 2016 se produjo una disminución de la audiencia de la TV convencional, la televisión sigue siendo muy vista por las audiencias y es sorprendentemente consumida en tiempo de la crisis. Según los estudios realizados por Barlovento (2016, p. 5) desde 2007 se registra un aumento sostenido de consumo diario de televisión. En 2012 en los estudios se registra un consumo récord.

En España es posible hablar de concentración de las audiencias, ya que tres grupos mediáticos (Mediaset, Atresmedia y RTVE) aglutinan el 73,7% de la cuota de pantalla en 2016. En 2012 La 1 de TVE, líder histórico de sintonía, cede el primer lugar a Tele 5, que desde esa fecha es la señal más vista. Según los estudios de Barlovento (2016, p. 18) hoy la cadena Mediaset, dueña de *Tele5*, lidera la cuota de pantalla con 29,8% y ofrece 6 señales (una de ellas, *Boing* está destinada al *target* infantil). Atresmedia ofrece 6 señales y ocupa el segundo lugar en la cuota de pantalla con 27,1%; RTVE con 5 señales, ocupa el tercer lugar en los grupos empresariales con 16,8%, si bien lidera la oferta infantil con *Clan* 2,2% de la audiencia.

Tabla 17. Porcentaje de cuota de pantalla según grupo económico, 2016									
Grupo Mediaset		Atresmedia		RTVE		Vocento		Unidad Editorial	
29.8		27.1		16.8		2.9		2.2	
T5	14.4	A3	12.8	La 1	10.1	Paramount Channel	1.8	Dmax	11.9
Cuatro	6.5	La Sexta	7.1	La 2	2.6	Disney Channel	1.1	Gol	00.3
Fdf T5	3.2	Neox	2.5	Clan	2.2				
Divinity	2.3	Nova	2.2	Teledeporte	0.9				
Energy	1.9	Mega	1.8	24 Horas	0.9				
Boing	1.5	A3series	0.8						

Fuente: Elaboración propia con datos Barlovento Comunicación, 2016.

La TDT permitió contar con una oferta segmentada específica, a través de las señales temáticas. Según el estudio de Pujadas y Oliva, 2007 respecto de la diversidad de la televisión española, las autoras concluyeron en las primeras señales públicas (es decir, los canales principales como TVE y La 2) la programación según géneros es más parecida a los canales privados, concentrándose el 60% de la parrilla en ficciones, cine y programas del corazón (p. 92). Las llamadas segundas señales públicas (TVE-1, TV· y

K3/33) son más bien segmentadas y en ellas la programación infanto-juvenil y los deportes representan el 50% de los contenidos en pantalla, observándose una complementariedad entre los canales públicos (p. 92). Pujadas y Oliva (2007, p. 94) precisan que es valorable la estrategia de diferenciación de las señales públicas, ya que, al considerar a todos los canales públicos, ellos aportan más diversidad global que las señales privadas y detallan:

Los segundos canales, en cambio, tienen una concentración de géneros con poca presencia en el resto de los canales: deportes, infantiles/juveniles y géneros de demanda inflexible como documentales, educativos, religiosos, etc.; géneros que no consiguen audiencias mayoritarias y que pueden limitar la competitividad de los primeros canales.

Si bien en algún momento RTVE destinó la segunda señal a la programación infantil y juvenil, en 2005 surgió *Clan TVE*, una señal específica con énfasis educativo y cultural. Las señales comerciales no se quedaron atrás: *Antena 3* dispuso las señales *Neox* y *Nova* para los más jóvenes y para entretenimiento del grupo familiar. *Disney Channel*, señal internacional de dibujos animados, que en otros países pertenece a la oferta de señales de pago, salió al aire en España. El grupo Mediaset puso al aire *Boing* en septiembre de 2010. Hoy su parrilla está compuesta principalmente de dibujos animados extranjeros (*Ben 10*, *Hora de aventuras*). El impacto de la aparición de estos canales segmentados para público infantil televisión abierta fue tal, que en el año 2008 encabezaron la cuota de pantalla. La prensa de la época consignaba «siete de cada diez familias se pasan a la TDT por su oferta infantil» (Fernández, 2012, p. 316). Sin embargo, Paz Rebollo y Montero Díaz (2017) son críticas al considerar que la oferta para público juvenil es deficiente tanto en cantidad como en calidad, innovación y uso de nuevos medios y plataformas.

Clan TVE es un canal netamente infantil, orientado a los párvulos y escolares. Según analizan Sánchez Labella y Guarinos (2011, p. 3) «Clan se dibuja como un canal infantil con el objetivo de fomentar contenidos basados en la amistad, la colaboración, el respeto y el compromiso con el medioambiente». Su programación está constituida mayoritariamente por producciones de grandes cadenas internacionales, si bien cuenta con espacios propios. Algunos de ellos ya formaban parte de la parrilla programática anterior de TVE, como *Pocoyó* y *Los Lunnis*. Otros son producciones nacionales, aunque no propias del canal y coproducciones con otros entes. Si bien emiten programas de tipo formativo, la mayoría de los espacios son destinados a la entretención de niños y niñas.

En otra investigación, Fabbro y Sánchez Labella (2016, p.24) analizaron la programación de *Clan TV* y *Pakapaka* de Argentina de acuerdo con la perspectiva de valores, razón que sustenta su misión de servicio público, concluyendo que:

...las televisiones públicas de España y Argentina, a través de Clan TVE y Pakapaka, muestran su compromiso con la infancia emitiendo contenidos animados basados en valores de manera que éstos repercutirán positivamente en el constructo cognitivo del público que los consume. Se ha demostrado que

en cada uno de los títulos se llevan a cabo actitudes, comportamientos y resolución de conflictos de manera constructiva por parte de los personajes.

Hoy Clan TVE no sólo compite con las señales privadas a través de la TV abierta, sino en las multiplataformas. El canal cuenta con una web www.rTve/infantil en la que contiene tanto información de la oferta programática, como la posibilidad de ver online los contenidos completos de los capítulos. La página incluye también actividades dirigidas a los más pequeños como juegos, noticias y concursos. Destaca una sección para padres y la generación de una comunidad destinada exclusivamente a los niños.

Pese a los esfuerzos RTVE se encuentra en proceso de constante reestructuración, lo que invita a revisar las políticas de su señal principal y de sus señales segmentadas. Ya en 2013 Ortiz, Ruiz, y Díaz demandaban de la emisora, citando a García Matilla:

Es necesario que la televisión pública estatal se implique en la educación mediática para un consumo televisivo responsable y en la recuperación de espacios infantiles de televisión dirigidos a los diferentes segmentos de edades, siguiendo el modelo de otras televisiones de referencia en Europa, como la BBC (García-Matilla, 2005:33-44). Desde aquí se propone el inicio de una reflexión conjunta entre la televisión pública y la Universidad para la reformulación de los contenidos del canal «Clan» de TVE en aras de convertirlo en un auténtico canal educativo y de experimentación dirigido a los menores y los adolescentes que justifique uno de los principales sentidos del servicio público de televisión: la educación y la formación de una ciudadanía crítica (2013, p. 143).

1.4.3. Televisiones autonómicas españolas

En España existe un considerable número de señales públicas regionales, propias del sistema de las autonomías, que dan cuenta de la diversidad cultural y lingüística del país. Desde 1989, doce de los entes públicos de Radio y Televisión autonómicos se encuentran reunidos en la Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA).

Las señales autonómicas obtienen su financiación de la publicidad, lo que ha condicionado su orientación a una programación generalista, en búsqueda de grandes audiencias. La crisis de 2008 afectó fuertemente a estos canales, algunos de los cuales como Ratio Televisión Valenciana debieron cerrar por un período. El paso al ámbito digital ha ofrecido interesantes desafíos en las áreas de producción, desarrollo y negocios.

Pérez Tornero y Baena (2010, p. 147) dan cuenta de la difícil tarea de las señales autonómicas españolas en el proceso de generar programación cultural y educativa en el contexto de la autofinanciación publicitaria. Pese a ello, existe una oferta de contenidos infantiles que han persistido en los canales regionales, mientras la oferta de programas para niños disminuye en la televisión generalista. Los autores reconocen la generación de contenidos infantiles emanados de centros de producción regionales y

destacan iniciativas de como las desarrolladas por en Cataluña por **TV3** y **TVC**, **Televisión de Galicia (TVG)** y **Canal Sur** en Andalucía. Asimismo, a partir de la irrupción de la TV digital las autonómicas desarrollan señales temáticas infantiles, como **ETB 3** en el País Vasco y **Señal 3** en Cataluña.

Cebrián Herreros (2003, p. 52) describe a los programas infantiles de las señales autonómicas como «formato contenedor» que consiste en una franja dentro de la cual se insertan distintos programas, incluso de diferente temática y procedencia, en el que se insertan espacios publicitarios. El autor define ese formato como «un simulacro de producción propia en que los contenidos propios son solo una excusa para incorporar series y dibujos animados de producción básicamente extranjera». Estos espacios permitieron desarrollar clubes para fidelizar a la audiencia infantil, así como para el desarrollo de productos de mercadotecnia. Entre los programas se mencionan *Club Super 3* (de TV3 de Cataluña); *Club Babalá* (de la *Televisión Valenciana*); *Xabalín Club* (de TVG), *La Banda del Sur* (de *Canal Sur*), *Kosmi Club* (de Castilla-La Mancha TV) *Cyberclub* (de *Telemadrid*). Muchos de estos espacios han adquirido su espacio propio en las segundas o terceras señales digitales, pero mientras algunos mantienen una continuidad en el tiempo y otros han desaparecido por la falta de financiamiento. Sólo Galicia y Cataluña mantienen su oferta infantil.

La **Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (CCMA)** es dueña de los medios públicos autonómicos catalanes: televisión, radio y medios digitales. Entre las señales de televisión está **TV3**, el canal generalista para toda la familia fundado en 1983; **Canal 33**, la señal cultural nació en 1989. Pérez Tornero y Baena (2010, p. 149) definen a Canal 33 como la señal autonómica más destacada en la producción cultural y educativa. En su web se señala que la señal está «orientada al descubrimiento, el conocimiento, la innovación y el debate de ideas» (web www.ccma.cat/corporatiu/ca/oferta-audiovisual/televisio).

Hay que destacar el esfuerzo, aunque sólo sea como programa contenedor, que ha realizado Televisión de Cataluña por dignificar la televisión dedicada a los niños. Merece mención especial su apuesta por la producción propia de animación que ha ayudado a consolidar la industria catalana en la materia (Pérez Tornero y Baena, 2010, p. 149).

Con la irrupción del escenario digital, la CCMA incorporó a su oferta nuevas señales temáticas: *Noticias (3/24)*; Deportes (*Esport 3*) y el canal infantil **Super 3**, inaugurado en 2009. Esta última señal es descrita como:

El canal *Super 3* es el canal infantil multiplataforma destinado al público de hasta 14 años. Heredero del K3, nació en 2009, a partir del club infantil más numeroso de Cataluña, como el canal para la creación y la emisión de las referencias para el público más joven. Se basa en la presencia y participación de los súper (los miembros del Club Super 3), los programas de producción propia y las series y películas. Comparte frecuencia con el 33 (web www.ccma.cat).

Feijoo y García González (2014) describen que pese a las dificultades económicas experimentadas por todas las autonómicas, el canal temático catalán para niños sigue adelante con emisión diaria de programas desde las 6 de la mañana hasta las 21.30 horas.

La **Televisión de Galicia, TVG**, comenzó sus emisiones en 1985. A partir del surgimiento de una segunda señal HD, desarrolla un canal temático destinado a los niños. El formato contenedor *Xabarín Club* está presente en las pantallas de la televisión autonómica gallega desde 1994 y en la segunda señal desde 2009. Feijoo y García González (2014) describen la presencia de contenidos infantiles en la cadena a partir del seguimiento a este programa de formato contenedor. Si bien comenzó como una franja diaria que se emitía por la tarde, posteriormente se extendió al horario de la mañana y a los fines de semana. En 2009 con el paso a la segunda señal, se amplía también la oferta de contenidos propios, con énfasis en la lengua gallega. García Torre (2012) analizó el portal web de TVG considerando inclusión de herramientas participativas para los usuarios: TV a la carta, adaptación de contenidos a plataformas móviles.

Casado Del Río, Guimerá i Orts y Miguel de Bustos (2016) analizaron los recortes presupuestarios por la reducción de ingresos públicos y publicitarios que afectaron a las señales catalanas y vascas entre 2007 y 2014, afectando especialmente la adquisición de producción de empresas realizadoras independientes y disminuyendo el personal. Asimismo, se vieron obligadas a adquirir producciones de más bajo costo como *reality show*. Los investigadores consideran que, pese a que las industrias audiovisuales comunitarias son de diferente tamaño, siendo la catalana más desarrollada, ambas son dependientes de la producción local, por lo que se vieron ampliamente afectadas por la falta de financiamiento.

1.4.4. La TV pública en Portugal

La Televisión Pública Portuguesa (RTP) inició sus emisiones el 7 de marzo de 1957, en el contexto político de la dictadura de Salazar. Sobral (2012) señala que la señal se constituyó como una sociedad anónima de responsabilidad limitada, financiada con recursos provenientes tanto del Estado como de agentes privados. La autora indica que desde sus inicios se trató de una señal situada en el ámbito estatal, pero con orientación comercial, recibiendo desde épocas muy tempranas aportes publicitarios. En este período la programación es generalista para todo público. Los contenidos, señala Sobral (2012, p. 146) no son precisamente innovadores, sino propios de un régimen autoritario y conservador: todos los programas eran realizados en el país, con énfasis en la entretención, por ejemplo, a través del desarrollo de teleteatros, y con la aspiración de constituirse en un aporte a la formación y a la educación.

Sobral destaca que a fines de los años sesenta RTP amplía su cobertura nacional con una segunda señal. Una década después, con el fin de la dictadura se produce una apertura hacia contenidos internacionales y nuevos formatos, ejemplificados con la emisión de la telenovela brasileña *Gabriela*, basada en la novela de Jorge Amado, que marca un hito de audiencia. Durante los años ochenta con la llegada de la televisión a

color también comienza la realización de telenovelas nacionales, formato que es muy apreciado y consumido por el público.

El monopolio de la señal *RTP* se modifica con la llegada de dos señales de televisión privadas en la década de los noventa. Desde entonces existen importantes grupos privados de comunicación, con participación en la TV y en otros sectores económicos. Como señala Sabés Turmo (2006) la *Sociedade Independente de Comunicação (SIC)* es el primer canal privado y surgió en 1992 y *Televisão Independente (TVI)* surgió en 1993. El canal *SGC* es un grupo que pertenece a un empresario vinculado a otros ámbitos comerciales con presencia en países como Argentina, Brasil y Estados Unidos.

Asimismo, la televisión de pago tiene una enorme presencia en el mercado desde su llegada en 1994, aportando una oferta más diversificada de canales segmentados en un escenario televisivo generalista. A partir del año 2000 se producen varios cambios, como la baja de audiencia de la televisión pública, el ingreso de actores extranjeros al mercado televisivo (como el grupo español Prisa) y la conversión de la señal 2 de *RTP* a una señal cultural con participación de otros actores sociales. Camáñez (2005) hace una descripción del mercado televisivo portugués en ese período:

Es un mercado reducido, dado que su población total es de aproximadamente 11 millones de personas. Aun así, la televisión es un sector muy vivo. En el año 2002 se hizo una reforma del modelo de servicio público y se creó una nueva legislación en el sector. En enero de 2004 el segundo canal, *RTP2* se cierra, y se reabre como 2: dando un giro en cuanto a financiación y programación.

Portugal experimentó un retraso en la introducción de la televisión digital respecto del resto de los países de la Unión Europea y el proceso no estuvo exento de dificultades. La Plataforma de *Televisão Digital Portuguesa, S.A, PTDR* estaba compuesta por grupos de medios privados: los citados *SGC* (con 80% de la propiedad de la plataforma); *SIC* (10%) y el sistema público *Rádio e Televisão de Portugal* (10%) obtuvo su licencia en 2001, pero en 2003 no fue capaz de asumir financieramente la puesta en marcha de su proyecto digital, por lo que devolvió su licencia para transmitir al Estado. Después de este fallido intento, la TVD se implementó en Portugal en 2009 logrando la llegada a la totalidad del territorio nacional en 2011. Pese a su implementación, Sobral (2012, p. 150) señala que una mayor oferta de canales no significó un aumento cualitativo de la programación y que significó una nueva encrucijada para las señales públicas:

Mais recentemente, com a possibilidade de liquidação de um dos canais da RTP, emerge uma antiga questão que visa centralizar o serviço público de televisão num único canal generalista, fazendo sobressair a indagação para aferir se é possível o mercado publicitário português suportar três canais generalistas privados e lançando para debate o questionamento acerca do modelo de funcionamento que deverá sustentar a futura televisão pública portuguesa. Este novo cenário implica alterações significativas no mercado dos médios em Portugal e enfatiza a necessidade de refletir sobre o contexto audiovisual que se aproxima.

Sousa y Santos (2003, p. 1) tienen una visión crítica del rol de la televisión pública portuguesa, la que desde sus orígenes y a lo largo de su historia ven más vinculada a la dependencia del poder político de turno que a la demanda que las audiencias hacen de este servicio. Los autores lo expresan así:

Olhando para a história do país e da *RTP*, procuraremos demonstrar que servir o público nunca fez parte das preocupações nucleares deste Serviço Público. Independentemente das formas como poderia ter sido auscultado o interesse público, esta dimensão jamais adquiriu alguma centralidade. No essencial, a *RTP* manteve e perpetuou uma lógica de funcionamento de relevante prestação de serviço, mas ao poder político.

Nunes (20017) analizó el portal web de *RTP* considerando especialmente las herramientas propias de la web 2.0, concluyendo que, pese a disponer de herramientas no necesariamente están orientadas a la participación de los usuarios, describe el ambiente como poco propicio para la colaboración y que hace falta la integración entre recursos multimedia.

1.4.5. TV Infantil en México, la decana de la región

En México la televisión nació como un modelo comercial. Ya en 1955 tres de los concesionarios se reunieron en una sola empresa que sería la base del monopolio que ejerció Televisa por largos años. Esta situación es descrita por Orozco y Hernández (2006, p. 52) como «una alianza tácita entre los poderes político y mediático». Hoy en día, el sistema es dominado por el duopolio de las cadenas Televisa y TV Azteca. Según señalan ambos autores, pese a la orientación mercantil del sistema televisivo, siempre existió el interés por generar y transmitir contenidos culturales y educativos. La presencia que la oferta de espacios educativos para niños y adultos es uno de los aspectos más llamativos del caso mexicano. Como señala Magda Alberó, tal como la citó Martínez Zaradona (1996, p. 31) «de todos los países latinoamericanos que han utilizado o utilizan la televisión en la enseñanza, México es el que hasta el momento ha logrado un mayor desarrollo de la televisión didáctica».

Como señalan Orozco y Hernández (2006) en México coexisten diferentes modos de hacer televisión representados por las señales comerciales mencionadas y otras con vocación de servicio público, entre las que destacan *Once* y *Canal 22*. **Canal 11 de México**. Fundado en 1959, es la primera señal pública latinoamericana con objetivos propiamente educativos. En sus orígenes se pensó el canal como un vehículo para promover clases televisadas, a cargo del Instituto Politécnico Nacional. Con un escaso financiamiento del gobierno federal, no alcanzó cobertura amplia en el país sino hasta 1998, por medio de convenios con operadores de televisión por cable y otras estaciones abiertas que transmiten sus contenidos. Si bien está dirigido a público general y se define como cultural y educativa, pero el canal ha sido especialmente reconocido por la calidad de su programación infantil y sus informativos. Respecto de la variedad de audiencias de *Canal 11*, Ávila (2010, p. 178) señala:

Su público constituye un verdadero corte transversal de la población, cuyo común denominador es el interés por lo que ocurre a su alrededor en el ámbito de la política, la economía, la naturaleza, los espectáculos, el arte, la salud y la ciencia, entre otros muchos temas. Niños, jóvenes, adultos y gente de la tercera edad se encuentran siempre en esta emisora ofertas de programación que satisfacen sus gustos y necesidades informativas.

Según se consigna en el documento de Orientaciones Editoriales y Programáticas Canal Público Cultural Educativo, la calidad de la señal ha sido destacada internacionalmente y en 2002 y 2015 recibió el Premio de Unesco como mejor canal de Televisión del mundo (MINEDUC & CNCA, p.12). El documento también se señala la procedencia de los programas que se emiten:

La programación infantil es 100% producción externa, tanto extranjera como mexicana. La programación adulta es una mezcla de ambos tipos de contenidos. Cerca del 70% de la programación es mexicana, tanto de producción propia como de externos mexicanos y el 30% restante es externa extranjera (MINEDUC & CNCA, p. 13).

La programación infantil se transmite en dos horarios: una franja para párvulos (menores de 6 años) entre las 08.30 y las 09.30 horas con contenidos extranjeros y otra franja 13:00 a 15:45, con espacios dirigidos a niños entre 6 y 12 años. Entre las series más destacadas, Martínez Zarandona (1996, p. 31) menciona: *Los amigos de Palito*, *Las cuatrocientas tareas*, *Los cuentos de María Luisa*, *Tiempo de Niños*, *De niño a niño*, *Estudia para triunfar*, *La lagartija científica*, *Imaginate* y *El congreso de los niños*.

De acuerdo con la realidad de consumo de los niños en otros soportes, *Canal 11* cuenta con un portal <http://www.onceninos.TV/> en el que además de la programación infantil dispone de una sección para padres y maestros.

Canal 22 de México era originalmente una de las señales propias del gobierno mexicano. En 1992 cuando se privatizaron las otras frecuencias gubernamentales (canales 7 y 13), el gobierno mantuvo el canal 22 de la banda UHF con el propósito de ofrecer programación cultural y educativa. La misión del canal, que pertenece al Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de México es la producción y difusión de contenidos acordes a las manifestaciones artísticas y culturales propias del país, en el marco de los valores democráticos.

Como señala Ávila (2010, p. 179) la señal se ha vinculado con Universidades y otras instituciones con el fin de promover la cultura y la educación, con una pantalla variada y diversa:

Prácticamente todas las manifestaciones culturales integran su carta de programación: artes plásticas, música, literatura, historia, danza, cine, animación, miniseries, programas infantiles, informativos y de investigación periodística. Su producción televisiva también ha considerado el apoyo a la producción independiente de México.

Canal 22 tiene una franja infantil desde el año 2011, llamada *¡Clic Clac!*, especialmente orientada a niños entre 3 y 12 años. Tiene una orientación a la calidad y a la formación valórica de sus audiencias. Su sitio web (<http://clicclac.mx/programacion.php>) está pensado en los niños, incluyendo juegos; actividades y videos para ver en línea. Para los sus padres y/o educadores hay materiales complementarios, que guían el uso de los contenidos en aula.

El *Canal 22* está lanzando cuatro plataformas digitales. Por ahora cuenta con un sitio web para difundir sus contenidos. Pero no será el único lugar en la que se podrán encontrar sus contenidos, ya que para adaptarse al consumo que los niños realizan de contenidos audiovisuales en Internet, se está desarrollando —con base en una iniciativa del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano—, una aplicación multiplataforma ofrecerá los contenidos de los canales públicos *on demand*, para ser vistos en dispositivos móviles, de manera gratuita, tanto en el territorio nacional como fuera de él.

La **Red Satelital de Televisión Educativa, Edusat** comienza sus emisiones en 1995 como iniciativa surgida de la Secretaría de Educación Pública mexicana y gestionada por el Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE) y la Dirección General de Televisión Educativa, (DGTVE). Los doce canales que componen la red se emiten para todo el continente americano, desde Canadá a la Patagonia, con más de 30 mil horas de emisión, incluyendo contenidos propios y de otras señales internacionales, como *Discovery* e *History Channel*. Si bien no es propiamente televisión infantil, sus destinatarios preferentes son los estudiantes y profesores de enseñanza básica.

El ILCE administra seis de las señales que se emiten por EDUSAT, los cuales tienen un marcado énfasis en la teleeducación: clases televisadas para los distintos niveles de educación formal; programas educativos vinculados al currículo escolar y de formación tanto para los estudiantes como para los docentes. Asimismo, su oferta de programas incluye contenidos de capacitación profesional para adultos, incluyendo espacios para el apoyo de la Educación Superior.

Con el propósito de fomentar la colaboración entre las organizaciones de radiodifusión pública existentes en el vasto territorio mexicano, en 2005 se fundó la Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México. La red cuenta con 56 instituciones afiliadas, con una cobertura estimada entre 25 y 30 millones de televidentes. Cabe mencionar que esta oferta es rica y variada e incluye entre otros al Sistema de Televisión y Radio de Campeche; Radio y televisión de Aguas Calientes, el Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión (Ávila, 2010, p. 175).

1.4.6. La singular experiencia de TV infantil pública en Colombia

Los orígenes de las primeras señales públicas de TV colombiana se remontan a 1954. A muy poco andar, se implementó un sistema mixto de funcionamiento, en el que el Estado es el concesionario de las señales, se preocupa de su operación e

infraestructura y arrienda un privado la realización y comercialización de los contenidos (Marín, 2006, p. 97).

En palabras de García Ramírez (2015, p. 31) «en ese sentido, la televisión colombiana no era netamente pública ni del todo privada; tampoco se puede decir que era un modelo dual como existe hoy en la mayoría de los países. Era una televisión pública comercial». Uno de los aspectos que hacen único el sistema de medios públicos de Colombia es el financiamiento, ya que recibe recursos de parte de la Comisión Nacional de Televisión por concepto de las concesiones de frecuencias a los privados.

En 1967 nació la primera señal cultural y educativa, Canal 13, con un modelo de teleclases. Radio Televisión de Colombia, RTVC, nació en 2004. Según señala Ana María Marín (2006, p. 113) «su función es programar, producir y emitir los canales públicos de televisión nacional y las emisoras de la radio pública nacional».

Señal Colombia Educativa y Cultural es la heredera del Canal de Televisión Educativa, concebido en 1970 como una herramienta de alfabetización para el 52% de la población analfabeta del país. Respecto de los contenidos, en sus inicios la programación era de corte cultural, enfocada en las bellas artes: espectáculos en vivo como conciertos, danzas y teleteatro. En la década de los noventa pasa a tener su nombre actual. A lo largo de los años, además de contar con espacios franjeados en apoyo a la educación formal, la parrilla programática del canal se ha convertido en un espejo para de la diversidad del país, a través de espacios documentales.

En 1998 se produce la entrada al mercado televisivo de importantes grupos privados. Las señales *RCN* y *Caracol* alcanzan altas sintonía, una importante expansión internacional y géneros programáticos como telenovelas y telerrealidad. Los canales públicos se ven en la obligación de actualizarse, a través de procesos de modernización, contar con más recursos y además mantener la independencia de los gobiernos. Según señala en el documento del MINEDUC y el CNCA (2016, p.13):

Su prestigio levantó cabeza a finales de los años noventa con la creación del Espacio Maestro, una franja matutina y vespertina de apoyo a la educación formal que incluía programas de producción propia y «enlatados» formativos; y con la creación de La Franja, un espacio en horario nocturno que se encargó de recuperar el concepto de diversidad cultural mediante la programación de documentales regionales, magazines de arte y ciclos de cine internacional.

Hoy es posible hablar de un sistema de televisión pública en Colombia, compuesto por señales de diverso alcance: comunitarias, locales, regionales y nacionales. *Señal Colombia* y *Canal Institucional* operan a lo largo de todo el territorio. Existe un canal mixto llamado *Canal Uno*. Hay 8 canales de índole regional; 41 locales sin fines de lucro y 102 comunitarios.

El Plan de Programación de *Señal Colombia* (2015, p. 12) contenido en la web del canal, define a sus públicos como:

Son niños, jóvenes, mujeres y hombres estratos 1,2 y 3 que comparten estos atributos: Buscan contenidos cercanos y alternativos; Tienen interés por el bienestar individual y colectivo; Están dispuestos a acceder al conocimiento; Valoran la construcción de identidad; Son capaces de formarse una opinión y expresarla; son sensibles a la realidad y quieren transformarla.

Beatriz Quiñones, Comisionada de la Junta directiva de la Autoridad Nacional de TV en su intervención en el VII Foro Internacional de Medios Públicos en América Latina 2016 destacó la fortaleza de RTVC respecto de su compromiso con la programación diversa y representativa. Según señaló, no existiría programación infantil en televisión sin el aporte de este canal, ya que el organismo regulador colombiano no tiene atribuciones para exigir la presencia de dichos contenidos en pantalla (CNTV, 2016a, p. 22).

1.4.7. La experiencia argentina de un canal infantil educativo y público

La primera señal pública de Argentina fue **Canal 7** creado en 1951. Es una señal abierta, que cuenta con cobertura a lo largo de todo el país. Su programación está dividida en franjas destinadas a todo público. Pertenece al Sistema Nacional de Medios Públicos. Mazziotti et al. (2010, p. 35) señalan que en 2001 se creó el Sistema Nacional de Medios Públicos (SNMP) que incluyen a *Canal 7*, *Señal Encuentro* (canal educativo controlado por el Ministerio de Educación); las estaciones radiofónicas: Radio Nacional, Radio Folklórica, Radio Clásica y Radio Faro; Agencia de noticias Telam y *Telesur*, señal internacional multiestatal que integran Venezuela, Ecuador, Nicaragua Cuba y Bolivia).

Canal Encuentro surgió en 2007 como iniciativa del Ministerio de Educación de la nación argentina. Sus objetivos eran: «desarrollar una televisión pública, educativa y de calidad y, utilizar a favor de la enseñanza lo que los nuevos medios pueden ofrecer» (Murolo, 2009, p. 8).

El canal no tiene publicidad. En sus inicios era emitido por *Canal 7* una hora diaria, ya que no contaba con una señal propia abierta. Hoy se transmite en una señal televisiva abierta (digital) a todo el territorio nacional. Según señala su web: «Encuentro trabaja con el objetivo de contribuir a la igualdad en el acceso al conocimiento, promover la construcción de una ciudadanía crítica y diversa y propiciar la discusión como herramienta fundamental del pensamiento» (web Canal Encuentro: <http://encuentro.gob.ar/acercade>).

Encuentro está orientado al público general, ofreciendo mayoritariamente contenidos realizados en Argentina, si bien cuenta con programación de calidad adquirida en extranjero. Uno de sus ejes editoriales es reflejar la identidad del país y del continente. Mazziotti et al. (2010, p. 42) señalan que:

Encuentro presentó el 65% de producciones locales y el 35% de adquisiciones internacionales con material de la *BBC*, *TVE*, *Radio Canadá* y del *PBS*. Se han firmado convenios de intercambio con las televisiones públicas latinoamericanas (la *Señal Colombia*, *Tevé Cuidad*, *TAL*, Ministerio de Cultura

de Brasil, Ministerio de Educación de Paraguay, Ministerio de Comunicación de Venezuela, Ministerio de Educación de Venezuela, *TeleSur*, *ViveTV*, Colombia TV, entre otras).

Respecto de las producciones locales, en 2010 el canal no contaba con producción directa y utilizaba un proceso de licitación de contenidos a terceros. Pese a ello, el canal ejerce control sobre los guiones, aspectos técnicos y supervisión de la producción (Mazziotti et al., 2010, p. 42).

Cabe destacar que el canal dispone de la web (<http://encuentro.gob.ar/>) desde donde es posible no sólo ver la señal, sino descargar los contenidos completos, así como materiales educativos complementarios, que orientan el uso audiovisual en el aula y en otros contextos de aprendizaje. Se posiciona, así como una herramienta para los docentes y padres.

El canal diariamente contaba con una franja de contenidos infantiles, que posteriormente darían lugar a una nueva señal. La programación infantil contenida en *Encuentro* respondía a la línea editorial del canal, con el mandato de reflejar la identidad de niños y niñas argentinos en su diversidad, sus temas, gustos, anhelos y preocupaciones. Ya que es un canal del Ministerio de Educación de Argentina, los contenidos si bien no corresponden únicamente a programas escolares, su objetivo es manifiestamente educativo.

Canal *Pakapaka* surgió en 2010 a partir de lo que había sido la programación para niños de *Canal Encuentro*. Como señala Smerling (2015) su nombre en lengua quechua significa *escondite, juego de niños*. Como señalan Sánchez Carrero y Méndiz Rojas (2013, p. 56) «es un espacio que busca desmitificar el mundo de la imagen convirtiendo a los niños en emisores críticos». González, Pauloni, Novomisky, Codoni, y Gómez. (2016) concuerdan con que el canal se convirtió en un espacio privilegiado para desarrollar propuestas entretenidas y educativas para los niños.

Según Cielo Salviolo (2012, p. 120) ex directora del canal expresa que este espacio fue «pensado desde Argentina para chicos de Argentina» y se levantó como una oferta específica ante la ausencia de contenidos infantiles en TV abierta y frente la oferta de contenidos extranjeros de la televisión de pago. «Todos ellos pensados para una infancia latinoamericana, como si pudiésemos hablar de una sola infancia muy homogénea...». Según señala Salviolo (2012, p. 122), hay dos puntos de partida para el canal: uno es una forma de entender los medios públicos como un espacio inclusivo para todos los públicos, con énfasis en la cultura, comunicación y la educación. El segundo aspecto es una mirada respecto de la infancia: «...para *Pakapaka* los chicos y las chicas son sujetos de derecho, ciudadanos, productores de cultura y hacedores de la sociedad que integran».

Pakapaka es, finalmente, un espacio para todo esto: los afectos, el diálogo, la fantasía, la imaginación, el juego, las preguntas, los sentidos, el descubrimiento, la curiosidad y la investigación. Y no hay un aspecto que sea para nosotros más importante que otro (p. 123).

La dependencia del canal de *Pakapaka* del Ministerio de Educación según Salviolo es con el propósito de «acompañar a los chicos en sus aprendizajes en el aula y en la vida» (C. Salviolo. Comunicación personal. 24/11/2017)

Valeria Dotro, ex directora de contenidos de la señal especifica que la programación se pensó en una dimensión educativa más allá del currículum escolar, televisión. Otros principios de la señal es que sea «no comercial, con enfoque de derechos, con una mirada local, con presencia de todas las provincias, abierta al trabajo colaborativo con Latinoamérica. Nuestra idea fue generar programas que mostraran diversas estéticas y otros ritmos, que fueran una alternativa a la oferta comercial» (V. Dotro. Comunicación personal. 17/11/2017). La programación se estructuró algunos ejes temáticos:

- Vida cotidiana
- Entornos sociales y culturales
- Juegos y juguetes
- Cuentos, leyendas y mitos
- Vínculos

Si bien se transmite por la TDT a todo el país también está disponible en la televisión de pago satelital y a través de los cableoperadores. En términos de audiencia, el canal está dirigido a niños de 6 a 12 años, divididos en dos franjas *Ronda Pakapaka* para los más pequeños y *Pakapaka* para los mayores de 12 años. A su vez estos espacios se subdividen, según las etapas de desarrollo de los niños.

Respecto de la producción de contenidos, los programas de producción propia abarcan todos los géneros: ficción y no ficción y técnicas como la animación, y acción real. También cuentan con espacios de procedencia extranjera de calidad. Si bien el canal tiene sello educativo, busca acercarse a todos aquellos ámbitos en los que los infantes se desenvuelven, más allá de la escuela. El canal señala que se realizan coproducciones a lo largo del país. Tal como indica Maniago (2013, p. 13) esta decisión está respaldada por la Ley 26.522 que crea Radio y Televisión Argentina y que en su Artículo 153, Inciso B señala que se debe fomentar la producción audiovisual mediante políticas públicas con una orientación federal, que considere y estimule la producción local de las provincias y regiones del país.

Murolo (2013, p. 90) explica la diversidad de los contenidos de *Pakapaka*:

Es así como mediante los envíos del canal se recorre el país y sus costumbres, se le da voz a los chicos de todas las regiones para que cuenten sus experiencias de vida, se hace referencia a dimensiones locales para ejemplificar, se emplean modismos del lenguaje propios, y sobre todo se insta a participar a los chicos y chicas televidentes como parte necesaria y fundamental de las narraciones.

Según pudieron constatar Triguboff y Calvi (2015) la aplicación de la LSCA contribuyó a «un aumento y diversificación de los sujetos sociales/estéticas/regiones que acceden a la producción de obras audiovisuales en formato ficcional» si bien, no

necesariamente las obras fueron programadas en los horarios *prime* de la televisión abierta. Los nueve polos, de producción descentralizada en las provincias y a cargo de las universidades públicas, fueron una de las políticas más interesantes por su visión democratizadora y por su impulso al sector. Labate y Carboni (2014) describen el proceso de implementación de estos nodos, que surgieron en 2010 para la implementación de la TDT y luego para la generación de contenidos. Esta política sufrió un freno bajo el gobierno de Macri y cabe esperar para ver su futuro desarrollo.

Sánchez Carrero y Méndiz (2013) en su análisis de la plataforma online de *Pakapaka*, su programación también se emite a través de su portal de web gratuito (www.pakapaka.gov.ar) extendiendo su oferta vía *streaming*. El sitio dispone de un repositorio de contenidos que permite ver y descargar sus programas en el territorio argentino. La web también contiene materiales complementarios para que los audiovisuales sean utilizados por los profesores en el aula.

El Portal Conéctate (<http://www.conectate.gob.ar/>) permite la visualización y descarga de contenidos de *Canal Encuentro*, *Pakapaka*; *Deport-TV*, *educ.ar* y del Programa *Conectar Igualdad*, que fue creado en 2010 con el propósito de entregar ordenadores portátiles a estudiantes y profesores. González, Novomisky, Suárez Baldo y Bertiné, (2016) evaluaron positivamente los alcances de esta política que permitió a niños del sistema educativo acceder a computadores personales y con ello a la red.

Para facilitar la búsqueda de contenidos audiovisuales, en la web existen filtros por tema, etiquetas descriptoras. El portal tiene un énfasis en la accesibilidad de diferentes capacidades, para lo que incorpora elementos como la audio-descripción; subtítulo oculto y lenguaje de señas.

Como una forma de difundir los programas el Estado desarrolló una plataforma digital pública, el Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentinos, BACUA (<http://catalogo.bacua.gob.ar/>) que contiene audiovisuales producidos por los Nodos de las distintas provincias y otras obras de interés, financiadas por el Estado y otras cedidas por universidades, productores y los canales públicos universitarios y nacionales. En el mes de mayo de 2018, es posible encontrar en BACUA 22 contenidos infantiles, los que se describen en la Tabla 18. Es posible apreciar que existe diversidad en la procedencia de los audiovisuales, que son realizados a lo largo del territorio argentino: si bien mayoritariamente (14 programas) provienen del Gran Buenos Aires (CABA), otras localidades también aportan: dos contenidos de Córdoba y uno de Santa Cruz, Chubut, Corrientes, Jujuy, Mendoza y Santa Fe, cada una. Respecto de los géneros de los programas, también son variados. Si bien en su mayoría (13 de ellos) son animaciones, 5 son documentales, dos series de ficción, una obra de teatro grabada y otra de títeres. Cabe destacar que uno de los programas es fruto del trabajo de los Nodos, también hay espacios cedidos por los canales públicos *Encuentro* y *Pakapaka*.

En el mes de mayo de 2018 salió al aire la plataforma digital de contenidos del gobierno macrista, Cont.AR (<https://www.cont.ar/>) que se corresponde con la organización del Sistema de Medios y Contenidos Públicos, impulsada por la nueva administración e institucionalizada bajo la figura legal de la sociedad *Contenidos Públicos Sociedad del Estado*. Según describe Davidovsky, (17/05/2018):

El sitio está dividido por secciones: TV Pública Argentina, el archivo histórico RTA, Radio Nacional, CCK, Tecnópolis, Ficciones, Documentales, Encuentro, Pakapaka y *Depor-TV*. Desde cont.ar (ya sea en la web o en las *apps*) se podrá ver el Mundial de Rusia en distintos dispositivos en vivo. Al menos eso ocurrirá con los 32 encuentros donde la TV Pública tiene los derechos.

La plataforma está disponible sólo para el territorio argentino y los contenidos se pueden ver, pero no ser descargados para el resguardo de los derechos de autor de los realizadores.

La señal llegó a convertirse en un referente latinoamericano en la producción de contenidos destinados a la infancia, premiada con múltiples reconocimientos internacionales, con habituales nominaciones a premios internacionales y la permanente cooperación con otros países de la región. Sin embargo, en los últimos años y con el cambio de gobierno, se ha producido un cambio en la gestión del canal, que por decreto y como el resto de las señales públicas se pasó a la dependencia de una secretaría, que lo sacó del Ministerio de Educación. Como señala Smerling (2018):

Sin debate y por un decreto, el 1.222, que fue firmado un año después, a mediados de diciembre de 2016, se zanjó aquel problema: el documento Contenidos Públicos Sociedad del Estado cambió la dependencia y la orientación de las tres señales educativas (*Encuentro*, *Pakapaka* y *Depor-TV*), además de ACUA y BACUA, que pasaron a depender de manera exclusiva de la jefatura de Gabinete (Marcos Peña) y Medios y Contenidos Públicos (Hernán Lombardi).

La periodista señala que esta situación ha significado para la señal infantil una disminución de más del 50% del personal, así como una dramática reducción del presupuesto y de la capacidad de realización. Smerling (2018) precisa los montos de la reducción presupuestaria y de realización, señalando:

Los presupuestos también sufrieron una baja tan devastadora que hasta hace peligrar la misma continuidad de la señal: Pakapaka pasó de 101.626.748 pesos en 2016 a 36.499.652 en 2017 (casi dos tercios menos) y, en lo que va de 2018, alcanzó su mínimo histórico: solo 6.583.231 pesos.

La producción de la señal infantil, en solo tres años, bajó hasta un 75% de 87,60 horas de producción propias (19 series y 7 microprogramas, muchos realizados durante la gestión anterior) en 2016, se pasó a menos de la mitad: 37,55 (8 series, 5 micros y una *app*) en 2017. La cifra de 2018, hasta ahora, es de seis producciones propias (seis series y 2 microprogramas), con un total de 22.75 horas.

Con el cambio de gobierno que hoy encabeza Alberto Fernández, Rosario Lufabo fue nombrada presidenta de Radio y Televisión Argentina (RTA) y Jessica Tritten como gerenta de Contenidos Públicos, que reúne a *Pakapaka*, *Encuentro*, *Depor-TV* y *Cont.Ar*. Este proceso de revalorización de los medios públicos, ambas han declarado que las señales se encuentran en proceso de reparación. Cielo Salviolo ha sido nombrada directora de Pakapaka, por lo que se espera que otorgue un nuevo impulso a la decaída, pero emblemática señal. Entre las primeras medidas, anunciadas por sus redes sociales

están el regreso de *Zamba* a la parrilla programática y, más recientemente en el contexto de la cuarentena por Coronavirus, *Pakapaka* y *Encuentro* han implementado franjas de contenidos destinados a la infancia.

Tabla 18. Programas infantiles disponibles en la plataforma Bacua, 2018

Nombre	Categoría/ Capítulos	Tema	Zona
Animales Argentinos	Animación Federal / 4	Aventuras animadas en la selva del noroeste argentino.	Mendoza
Anton	Animaciones para Productoras con antecedentes / 4	Antón, un niño de 6 años, comienza un fabuloso viaje de aventuras.	Córdoba
Beto	Animación Federal Temática / 4	Animación argentina cuyo protagonista es un niño con Síndrome de Down.	CABA
Buscadores De Luz	Documental / 4	Es una serie sobre energía en la que cuatro niños que recorren la Patagonia.	Chubut Santa Cruz
Capitán Dark. El Protector De Los Sueños	Animación Productoras Con Antecedentes / 4	Los Capitanes Dark son los guardianes de los sueños de los niños.	Córdoba
Chikuchis	Títeres / 24	Los chikuchis son un grupo muy singular de títeres.	CABA
Crónicas De Abecedario	Animación federal temática / 4	Miniserie de animación que se sumerge en una sociedad de letras.	Corrientes
El Gatito	Animación federal / 4	El Gatito narra la historia de un adorable gatito urbano.	CABA
El Mal Menor	Documental / 13	Niños de entre tres y trece años se enfrentan a situaciones complejas	CABA
Experimentos Al Ataque	Documental para Productoras con Antecedentes / 8	Formato de entretenimiento para TV que estimula la interacción de los niños y la ciencia, a través de experimentos.	CABA
Historias Chicas	Animación Productoras Con Antecedentes / 8	Narra las aventuras de niños y niñas de antaño.	CABA
Ich. Identidades	Animación Productoras Con Antecedentes / 8	Ich es un nativo de la Amazonia incaica que lleva un conjunto de máscaras en su bolsa.	CABA
Jardín Móvil	Animación Federal / 8	Serie animada en <i>stop motion</i> , para bebés de 0 a 3 años, en la que la naturaleza es la protagonista.	CABA
Javi Y El Club Del Árbol	Animación Productoras Con Antecedentes / 8	En el árbol de su casa, Javi conoce a un excéntrico club de animales.	CABA
La Tierra En Mis Manos	Animación Federal / 8	Mara es una nena traviesa y creativa que comparte sus aventuras con su gato, Pantufla.	CABA
María Elena: El Último Tranvía	Teatro / 1	Presentación de la obra infantil María Elena 2. El último tranvía de Héctor Presa.	Santa Cruz
Martin & Terry	Animación Productoras Con Antecedentes / 4	Terry es un niño Marciano que es hospedado por una familia argentina.	CABA
Misión Aventura	Documental para TV Pública / 8	En cada capítulo, sus protagonistas descubren los secretos naturales y culturales que albergan las distintas regiones argentinas.	CABA
Otros Mundos	Ficción Federal / 8	La serie Otros mundos cuenta la historia de una niña llamada Clara, que tiene la capacidad de ver a diferentes monstruos.	Santa Fé
Tierra Animada	Documental Federal / 4	Serie documental sobre talleres de cine-animación en escuelas rurales de la Quebrada de Humahuaca y Puna jujeña.	Jujuy
Zamba Pregunta	Animación / 8	Micros de animación infantil en los que Zamba le hace preguntas acerca de Argentina a El niño que lo sabe todo.	CABA
Zapa Zapa	Ficción / 13	La serie transcurre dentro de la casa de Lola.	CABA

Fuente: Elaboración propia con datos de web Bacua, 2018.

1.4.8. El sistema de televisión pública digital en Brasil

Brasil cuenta con el mayor mercado televisivo de la región latinoamericana, tanto por su tamaño, como por su complejidad, según señalan autores como Mastrini y Becerra (2011) y Cesnik, et al. (2017). Según consigna ANCINE (2015) la televisión abierta es un sistema oligopólico:

Pelo lado da oferta, o produto audiovisual veiculado pelas emissoras de TV aberta possui características econômicas de plasticidade, bem público e bem de protótipo, além de elevados custos fixos e irre recuperáveis de produção. Tal fato resulta em uma tendência à formação de oligopólios competitivos com diferenciação de produto e verticalmente integrados.

De acuerdo con indicadores de la industria audiovisual del último quinquenio, ha crecido el número de hogares con TV (llegando a 66.1 millones de hogares en 2015). También ha aumentado el número de canales, tanto de TV paga como de los *canales de espacio cualificado*. Como señalan Palitó Santos y do Socorro (2016) la Ley 8977, publicada en 1995 además de permitir el servicio de los operadores de televisión por cable, «instituyó los canales de televisión de acceso público: legislativos (Senado Federal, asambleas legislativas y cámara de concejales), educativos-culturales, universitarios y comunitarios». Todos ellos, además de los ya existentes y regulados por la legislación anterior forman parte de *TV Brasil* (Palitó Santos & do Socorro, 2016, p. 4).

Tabla 19. Indicadores de industria televisiva Brasil, 2012-2016					
Indicadores	2012	2013	2014	2015	2016
Canales de TV Paga (con los canales HD similares)	177	188	200	236	246
Canales de TV Paga (sin los canales HD similares)				165	171
Canales Brasileños de Espacio Cualificado (con los canales HD similares)	13	19	23	27	27
Participación de la producción independiente brasileña en la programación de TV paga	8,48%	10,7%	10,4%	10,7%	10,9%
Número de Asistentes de TV Paga (millones)	16,2	18	19,6	19,1	18,9
Domicilios con TV (millones)	61,1	63,3	65,1	66,1	ND

Fuente: ANCINE 2017a.

La Constitución de 1988 en su artículo 233 explicitó por primera vez el modelo de TV brasileña, con la coexistencia de tres sistemas: público, privado y estatal, que sin embrago no es equiparable, por el predominio de la TV privada comercial y escasas iniciativas en los otros dos ámbitos del sistema. Palitó Santos y do Socorro (2016) señala que en la actualidad operan grandes redes principales de televisión de alcance nacional encabezadas la Red Nacional de Televisión Pública, *TV Brasil*, que según Lúcio Valente, (2009) reemplaza a la antigua *Radiobrás*, pero ya no con una vocación de canal, sino de red. Las redes privadas: *Red Globo*, perteneciente a un conglomerado de medios diversificado y enorme en alcance; *Band* o *Red Bandeirantes*, la segunda de las más antiguas redes privadas con amplia cobertura nacional; *SBT*, ligada al empresario Silvio Santos y *Red Record* controlada por la *Iglesia Universal del Reino de Dios*, grupo evangélico.

El Grupo Globo es el actor comercial dominante, con presencia en diversos medios como la televisión, tanto abierta y por cable, y en los periódicos. Ellos lideran la oferta, abarcando el vasto el territorio nacional.

Respecto de la televisión pública, Leal Filho (2007, p. 1) señala que en Brasil no se desarrolló como en Europa, donde es posible distinguir tres etapas marcadas: un servicio público monopólico, una TV comercial abierta y ahora un sistema de TV de pago en desarrollo. Desde sus inicios en los años cincuenta la televisión brasileña tuvo un marcado carácter comercial, que se mantiene hegemónico hasta nuestros días, sólo interrumpido por algunas «tímidas iniciativas» para intentar implementar servicios de TV pública siempre «subordinadas al modelo comercial». Leal Filho (2007, p. 2) destaca cinco momentos en la TV brasileña, ellos son:

Em 56 anos de televisão é possível destacar apenas cinco momentos significativos. São eles: a fundação da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, em 1923; a implantação da Fundação Padre Anchieta em São Paulo, em 1969; a promulgação da nova Constituição da República, em 1988; a aprovação da lei número 8.977, conhecida como Lei do Cabo, em 1995 e o lançamento pelo Ministério da Cultura do 1º Fórum Nacional de TVs Públicas, em 2006.

El primer hito descrito por Leal Filho, la fundación de la Sociedad de Radio de Río de Janeiro en 1923 fue inspirada por el modelo de la *BBC* de llevar la cultura y educación a todos los rincones del país. Si bien fue inicialmente financiada por sociedades y clubes de auditores, contaba con aportes mixtos –públicos y privados–, para así garantizar su independencia editorial. Con la introducción de la publicidad como vehículo principal de financiamiento, se transforma en un modelo comercial más. El Sistema Brasileño de TV educativa ganó impulso a partir de mediados de los años sesenta por sugerencia de la UNESCO, que ve a la televisión como una forma de apoyar la educación y la formación de un país en desarrollo. En 1967 el Gobierno instituye la *TVE* (Centro Brasileño de TV Educativa) en Río de Janeiro.

Respecto de los medios públicos, antes del apagón analógico Brasil ya contaba con una gran y variada oferta de servicios de televisión. Según señalan autores como Fuenzalida (1998) algunos de estos medios, eran gestionados por los estados federales, como los de Río de Janeiro, Sao Paulo, Porto Alegre. Otros medios públicos pertenecían a instituciones universitarias, distribuidas a lo largo del territorio o bien a organizaciones privadas sin fines de lucro. Esta diversidad permitió el desarrollo de una interesante oferta cultural, infantil y especialmente educativa. Este enfoque se encuentra garantizado casi desde los inicios de las emisiones por el Decreto Ley 236 de 1967. De allí la relevancia de lo citado por Leal Filho respecto de la Convocatoria al Primer foro de TV públicas (2006) realizada por el Estado, para reunir en un solo lugar todas las experiencias de producción de TV no comercial.

Según Pereira (2015, p. 39) el régimen militar fomentó el desarrollo de emisoras públicas con carácter cultural y educativo. Radiobrás (Empresa Brasileña de Radiodifusión) que nació con el objetivo de proteger y preservar la cultura nacional hacia 1975 se pone en marcha como parte de una estrategia del Estado para ser un actor relevante en la comunicación. Bucci (2016, p. 174) señala que la dictadura

brasileña promovió la modernización tecnológica de los medios televisivos, junto con la paradójica *desmodernización* de la política en un régimen no democrático:

A ditadura *modernizou* a comunicação do País pelo mesmo gesto em que *desmodernizou* a política, quer dizer, a televisão no Brasil galgou avanços técnicos notáveis não apesar do atraso democrático (ou do déficit democrático), mas justamente porque se deu sob o peso desse atraso. O espetáculo mediático, nessa perspectiva, teria tido algo de mais ou menos catártico: oferecendo uma compensação à ausência de canais democráticos de participação política. Não podendo agir como cidadã, como fonte e fiscal do poder, a sociedade foi chamada a participar como plateia.

Otros de los hitos destacados por Leal Filho, es la promulgación de la Ley 8.900 de 1995, llamada *Ley del Cable*. Este marco legal posibilitó la existencia de emisoras de acceso público, tanto legislativas, universitarias y comunitarias. Según apunta Cámara (2001) gracias a este marco legal hoy existen 6 señales de acceso público, los llamados *canales de espacio cualificado*: un canal legislativo; un canal de la Cámara de Diputados; un canal del Senado Federal; un canal universitario, para el uso compartido de las universidades locales, un canal educativo cultural y un canal comunitario abierto a la utilización libre de las entidades no gubernamentales sin fines de lucro.

El paso al modelo de televisión digital significó un importante cambio en Brasil. No hay que olvidar que el país desarrolló su propia norma, denominada SBTVD-T, que es una versión del modelo digital japonés y que Brasil exportó a varios países latinoamericanos, entre ellos Chile. La televisión digital se visualizó como una oportunidad para hacer modificaciones sustantivas a la estructura del sistema de medios públicos brasileño, fortaleciéndolo. Según consigna Sáez Baeza (2014, p. 30)

Paralelamente, en Brasil, la digitalización ha sido vista como la oportunidad para un proceso de estructuración de señales públicas, por medio de la creación de la Empresa Brasileña de Comunicación (EBC) y la gestión del Operador de Red Pública que incluirá un conjunto de señales diversas: una generalista nacional y una generalista internacional, para los poderes federales, para la Educación, Cultura y Ciudadanía. Se trata de una propuesta del Gobierno en asociación con el sector privado. El tema que se abre ahora al debate es sobre el modo de financiamiento de esta red pública.

En general todas las emisoras transmiten mayoritariamente programas de entretenimiento: El 78,5% de los contenidos de la cadena SBT es de este tipo, mientras que 70,3% de los programas de Globo se clasifican en esta categoría. Los contenidos educativos en la TV abierta corresponden sólo a 2,7% de la oferta total de contenidos. Ellos están presentes mayoritariamente en las televisoras públicas como *TV Cultura* (10,5%) y *TV Brasil* (9,2%), tal como se puede apreciar en la siguiente tabla:

Tabla 20. Porcentaje de horas de programación TV abierta en Brasil, 2016						
Emisora	Entretenimiento	Otros	Información	Publicidad	Educación	Total
SBT	78,5%	0,4%	20,8%	0,3%	-	8780:45:00
Globo	70,3%	1,4%	25,7%	0,2%	2,4%	8766:40:00
TV Cultura	66,1%	0,8%	22,4%	0,2%	10,5%	8743:42:00
TV Brasil	62,2%	2,3%	26,2%	0,2%	9,2%	8784:00:00
Band	48,5%	16,8%	30,9%	3,5%	0,3%	8784:00:00
RedeTV!	40,8%	44,0%	9,6%	5,5%	0,2%	8784:00:00
Record	40,3%	23,1%	36,4%	0,2%	-	8784:00:00
TV Gazeta	28,8%	15,7%	8,8%	45,3%	1,5%	8784:00:00
CNT	2,0%	89,6%	8,2%	0,2%	0,0%	8784:00:00
Total	48,6%	21,6%	21,0%	6,2%	2,7%	78995:07:00

Fuente: ANCINE, 2017a.

En 1969 se produce otro de los momentos destacados por Leal Filho: la creación de la Fundación Padre Anchieta en Sao Paulo, que dio origen a **TV Cultura**. También inspirada por el modelo de la *BBC* y basada en 4 pilares fundamentales: educación, cultura, información y entretenimiento. El canal está dirigido por un Consejo Curador representativo de la sociedad, con la figura de derecho privado y responsabilidad pública. Según señala Bucci (2015, p. 101): «Não se trata de uma empresa pequena. Atualmente, a fundação mantém, além da *TV Cultura*, a *TV Rá Tim Bum*, a *Univesp TV*, o canal *Multicultura*, as rádios *Cultura FM* e *Cultura Brasil* e o portal www.cmais.com.br». *TV Cultura* es destacada por la calidad de sus contenidos y por un distintivo sistema de gestión que vela por su independencia editorial. Cámara (2001, p. 71) apunta:

A TV Cultura tem uma posição relevante no contexto da televisão brasileira, com um nível de audiência pouco habitual entre as televisões educativas e culturais de todo o mundo. Esse desempenho, conquistado em mais de vinte anos de atividades, se deve a dois fatores fundamentais: uma estrutura institucional independente e uma programação alternativa de alto nível.

De Luca (2010, p. 70) explica que un Consejo Curador integrado por tres miembros del gobierno provincial y 74 representantes de universidades, entidades del ámbito de la cultura y de la educación son los que eligen la presidencia y dirección ejecutiva del canal. Si bien en sus inicios el canal era íntegramente financiado por fondos públicos, hoy el aporte gubernamental ronda el 40% y el resto se financia con publicidad, venta de servicios y otras vías.

TV Cultura se transmite a todo el territorio brasileño a través de la televisión abierta y en algunas localidades por medio de operadores de señales de cable y satelitales. Según consigna el documento del MINEDUC y del CNCA de Chile (2016 p. 14), es una cadena muy prestigiosa, cuya programación es reconocida al interior del país y en el extranjero, ha ganado tres premios *EMMY* y fue consignado en el segundo lugar en el informe mundial de calidad de la TV realizado por la *BBC*. La programación es 70% propia, 20% extranjera, y el 10% restante corresponde a producción independiente del país.

Respecto de su programación actual, de acuerdo con los datos de ANCINE es posible ver que es canal de TV abierta con mayor cantidad de espacios destinados a educación e instructivos, correspondientes a 10,51% de su programación, lo que equivale a cerca de 918 horas. Si bien la mayoría de su parrilla programática corresponde a contenidos dedicados a la entretención (66,14%), la información ocupa una parte destacada de su pantalla (22,42%) como el *Jornal da Cultura* el noticiero diario y espacios de entrevista informativa como *Roda Viva* y el noticiero medioambiental *Repórter Eco*.

Tabla 21. Programación TV Cultura, en número de horas y porcentaje, 2016			
Categoría	Género	Número de Horas	Porcentaje
Educación	Educativo	552:18:00	6,32%
	Instructivo	366:32:00	4,19%
Educación		918:50:00	10,51%
Entretenimiento	Serie	3763:57:00	43,05%
	Musical	629:37:00	7,20%
	Infantil	452:01:00	5,17%
	Revista	429:43:00	4,91%
	Filme	282:51:00	3,23%
	Variedades	116:50:00	1,34%
	Ficción	62:15:00	0,71%
	Deportivo	27:25:00	0,31%
	Reality Show	18:00:00	0,21%
Entretenimiento		5782:39:00	66,14%
Información	Telediario	830:10:00	9,49%
	Debate	613:08:00	7,01%
	Documental	328:45:00	3,76%
	Entrevista	188:35:00	2,16%
Información		1960:38:00	22,42%
Otros	Religioso	52:00:00	0,59%
	Eventos	12:20:00	0,14%
	Especial	2:00:00	0,02%
Otros		66:20:00	0,76%
Publicidad	Político	15:15:00	0,17%
Publicidad		15:15:00	0,17%
Total		8743:42:00	100,00%

Fuente: ANCINE, 2017a.

Los contenidos de entretención infantiles corresponden a 517% de los programas de *TV Cultura*, como se lee en los datos de ANCINE. Según De Luca (2010, p. 71) gracias su gestión descentralizada y autonomía, *TV Cultura* logró consolidar una parrilla programática diversa y de alta calidad, consistente en programas culturales, musicales, periodísticos e infantiles. Respecto de estos últimos señala:

En cuanto a los programas infantiles, varias producciones de la Cultura ganaron notoriedad nacional y fueron vehiculados durante años o aún siguen en el aire. Entre los más conocidos están Vila Sésamo, Cocoricó y Castelo Rá-Tim- Bum. Este último se convirtió en referencia y acabó dando origen a un nuevo canal de televisión por suscripción, el Ra-Tim-Bum, especializado en atracciones educativas para niños.

TV Cultura fue pionera en el uso de formatos innovadores para niños, como la primera telenovela con fines educativos: *Meu Pedacinho de céu* de 1972. Asimismo, coprodujo con TV Globo la versión brasileña de *Vila Sésamo* entre 1972 y 1977, espacio

que sigue realizándose en la actualidad. El programa *Rá-Tim-Bum* surgió en 1990 con el eslogan *aprender es divertido*. Autores como Kawasaki (1994), Cámara (2001) y Aun (2003) detallan que su público objetivo eran niños entre 3 y 7 años, a los que se quería proporcionar condiciones favorables para su ingreso a la vida escolar, por medio de objetivos pedagógicos bien definidos en áreas como socialización, coordinación motora, higiene, salud, entre otras. El proyecto tuvo un costo de 1 millón de dólares y fue financiado por la entidad empresarial SESI (Servicio social de la industria) y FIESP (Federación de industrias de Sao paulo). El programa tuvo una excelente recepción pública y el reconocimiento de la calidad en la industria, por ejemplo, a través de premios nacionales y extranjeros, como la Medalla de Oro en el Festival Internacional de Nueva York en 1990.

Castelo Rá-Tim-Bum se emitió en 1994, como la esperada segunda parte de *Rá-Tim-Bum*. Sin embargo, como señala Cámara (2001) se trató de un programa ligeramente diferente: si bien la franja etaria era similar (4 a 8 años) también apelaba a niños mayores hasta 10 años y sus objetivos apuntaban a valorizar el aspecto lúdico y el cotidiano propio de los niños, dentro de un ambiente mágico y entregando nociones de historia, ciencia, matemáticas, fomento lector, música, artes plásticas, ecología y ciudadanía.

Según el autor, la línea pedagógica del Castelo fue rechazada por sectores más conservadores. Pese a ello, el programa fue un éxito de audiencia. Se transmitía en tres horarios: inédito a las 19 horas, se repite a las 10 horas y 15.30, los sábados a las 18 y los domingos a 16.30. Llegaron a trabajar en el programa 250 profesionales con una inversión de 3 millones de dólares (Cámara, 2001, p. 83).

Actualmente *TV Cultura* cuenta con su propia señal 24 horas dedicada a los niños, Canal *Rá Tim Bum*. Este espacio, nacido en la televisión de pago, hoy ya se encuentra en la televisión abierta digital y a través de la web (<http://TVratimbum.cmais.com.br/>) es posible visualizar sus contenidos, acceder a materiales complementarios, juegos y aplicativos. Entre los espacios destacados está el *Repórter Rá Tim Bum*, dibujos clásicos como *La Turma da Mônica* y espacios de juegos y canciones como *Quintal da Cultura*.

Pese a su distintivo sistema de gestión, *TV Cultura* no ha estado libre de crisis y el anuncio de su cierre que se repite cada cierto tiempo en la prensa. Bucci (2015, p. 107) profundiza en el tema y plantea un desafío urgente para la supervivencia del canal:

O problema é que, quanto mais tardarem as reformas necessárias, mais difícil será o futuro. Para *TV Cultura* se conduzir como instituição pública ativa e influente, terá que demarcar muito bem que é independente do governo. Não poderá mais sucumbir a conveniências fisiológicas. Terá de promover uma revolução interna de transparência, baseada em parâmetros públicos de avaliação de desempenho. Sem critérios e métricas para isso, não há como desenvolver os planos de carreira dos funcionários, nem há como medir, num contexto público, o grau de eficiência das equipes e a própria atuação das emissoras, que, no limite, precisam ser avaliadas pela sociedade com base em parâmetros objetivos.

Otra oferta pública abierta es **TV Brasil**, que surgió en el segundo gobierno de Lula da Silva (2008) a partir de la unificación de las emisoras. Como señalan Palitó Santos y do Socorro (2016, p. 3):

La Red Nacional de Comunicación Pública/Televisión tuvo su primera transmisión en mayo de 2010, con cuatro canales propios de la EBC, siete emisoras de televisión universitarias y 15 emisoras públicas estaduais. Estas emisoras llevaron la programación de La *TV Brasil* a cerca de 100 millones de personas en 23 de los 27 Estados brasileños.

La señal es gestionada por la mencionada EBC, que también está a cargo de la red de medios públicos en su totalidad. Bucci (2015, p. 113) detalla la génesis de EBC que incorpora los programas de la destacada **TV Escola**, una oferta de televisión, capacitación de profesores y aprendizaje gestionada por la Fundación Roquette Pinto y con apoyo presupuestario del Ministerio de Educación y Cultura:

A EBC nasceu da fusão de duas organizações que, naquela mesma data, ficaram definitivamente condenadas à morte: a Radiobrás e a Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto (Acerp). A primeira contava, na época com duas emissoras de televisão (a TV Nacional, um canal aberto no Distrito Federal, e na NBR, um canal de cabo a serviço do governo federal), quatro emissoras de rádio, a Agência Brasil (produtora e distribuidora de notícias escritas para todo o país) e a Radioagência nacional (encarregada de distribuir conteúdo de rádio pela Internet). A Acerp detinha a *TVE* do Rio de Janeiro, uma estação de TV Educativa no estado do Maranhão (a *TVE* Maranhão) e a famosa Rádio MEC.

TV Brasil tiene la línea editorial de una televisión generalista apta para todo público bajo los principios de formación ciudadana, identidad y respeto de la diversidad, que establece la Constitución brasileña. Según De Luca (2010, p. 59) de las 476 emisoras licenciadas en 2010, 188 se definían como educativas. De allí que el autor señale que la creación que la Empresa Brasileña de Comunicación, EBC, que es la génesis de **TV Brasil**, definida como «el sueño de la red pública nacional» obedezca al propósito de unificar y gestionar emisoras federales ya existentes (De Luca, 2010, p. 64):

El hecho de que existieran en el país muchas emisoras educativas abiertas fue un motivo más para la reciente iniciativa del gobierno federal de crear la *TV Brasil*. La idea es integrar, por medio de afiliaciones, el máximo posible de canales sin fines lucrativos en una gran red pública.

Según los estatutos de la red, fue «ideada para suplir una brecha en el sistema de radiodifusión con el objetivo de implantar y gestionar los canales públicos, aquellos que, por su independencia editorial, se distinguen de los canales estatales o gubernamentales» (De Luca, 2010, p. 65). De acuerdo con lo comentado por Bucci (2015, p. 113) uno de los aspectos positivos de la integración de medios fue el aumento de presupuesto, de 102.4 millones de reales con los que contaba Petrobrás en 2004, en 2013 la EBC dispuso de 516,7 millones de reales.

Según su web, <http://TVbrasil.ebc.com.br> el canal tiene espacios de periodísticos, de entretenimiento, deportes, educativos y contenidos infantiles. Según cifras de ANCINE (2017a) es la segunda cadena televisiva en incluir programas educativos en su programación, después de *TV Cultura*, alcanzando 9,18% de su programación.

Respecto de los contenidos para los más pequeños, se emiten en una franja horaria llamada *TV Brasil Animada*, que sale al aire por la mañana y por la tarde. En la parrilla programática infantil, equivalente a 2,41% de las horas programadas por el canal hay producciones propias, coproducciones con otras instituciones y series infantiles que han ya han estado en las pantallas de las cadenas internacionales latinoamericanas, como los programas *Peztronauta* o *Amigazazo* que emite *Discovery Kids* y la serie *Cuentos espantosos para niños caprichosos* que transmite *Cartoon Network*.

Tabla 22. Programación TV Brasil en número de horas y porcentaje, 2016			
Categoría	Género	Número De Horas	Porcentaje
Educación	Educativo	435:08:00	4,95%
	Instructivo	370:52:00	4,22%
Educación		806:00:00	9,18%
Entretenimiento	Serie	2582:35:00	29,40%
	Filme	835:52:00	9,52%
	Musical	729:44:00	8,31%
	Deportivo	567:59:00	6,47%
	Revista	287:05:00	3,27%
	Infantil	212:07:00	2,41%
	Variedades	93:00:00	1,06%
	Novela	72:40:00	0,83%
	Culinario	41:00:00	0,47%
	Animación	40:49:00	0,46%
Entretenimiento		5462:51:00	62,19%
Información	Documental	731:16:00	8,32%
	Debate	696:15:00	7,93%
	Telediarario	557:38:00	6,35%
	Entrevista	314:33:00	3,58%
Información		2299:42:00	26,18%
Otros	Religioso	132:39:00	1,51%
	Especial	47:48:00	0,54%
	Eventos	19:45:00	0,22%
Otros		200:12:00	2,28%
Publicidad	Político	15:15:00	0,17%
Publicidad		15:15:00	0,17%
Total		8784:00:00	100,00%

Fuente: ANCINE, 2017a.

Una de las fuentes de financiamiento de los programas para las cadenas públicas proviene el Fondo Sectorial del Audiovisual, que anualmente dispone de recursos para la realización de programas de distintas categorías. Según datos de ANCINE (2017b, p. 2) en 2017 se financiaron 94 producciones, equivalentes a 249 horas de producción en diferentes categorías: 17 contenidos de ficción, 19 animaciones, 48 documentales y 16 telefilmes. Un total de 35 series estaban dirigidas a la infancia, 24 para jóvenes y 35 para adultos. Los contenidos están disponibles para todas las señales públicas y los llamados canales de espacio cualificado., antes mencionados. Cabe destacar que, de los programas infantiles financiados, 17 ya forman parte de la parrilla

de *TV Brasil* y están disponibles en su web. En la siguiente tabla está el detalle de los programas:

Tabla 23. Programas TV financiados por ANCINE 2017, TV Brasil					
Nombre	Categoría	Descripción	Capítulos	Zona	Productora
Astrobaldo	Animaciones	Preescolar	13	NE	Lunart
Nino Viagem	Animaciones	Historia	13	SE	21 Produções audiovisuais
Pesado da hora	Animaciones	Historia	13	Sur	Animaking Prod Prom Art Cine e Com Ltda.
Partitura Brasil	Animaciones	Historia	13	Sur	Cabong Studios
Muralzinho	Animaciones	Leyendas brasileñas	13	CO	Mandra Filmes
Além da Lenda	Animaciones	Leyendas brasileñas	13	NE	Viu Cine Com Ltda.
Mino e Nina	Animaciones	Leyendas brasileñas	13	SE	CdClipeJotaeme
Anima Crianças lendas brasileiras	Animaciones	Leyendas brasileñas	13	Sur	Animaking Prod Prom Art Cine e Com Ltda.
Um filme de cinema	Ficciones	Inteligencia emocional	13	SO	Memoria Viva
O colorido mundo de Dalton	Ficciones	Inteligencia emocional	13	sur	Oficina Imagem
Meu pequeno Mundo	Documentales	niños de distintos lugares se conozcan	13	Norte	Perin Filmes Ltda.
De Mala e Cuia	Documentales	Diálogo intergeneracional	13	SE	Giros Projetos Audiovisuais
Mistérios de entrever	Documentales	Diálogo intergeneracional	13	sur	ph7 filmes Modus Produtora
Awue	Documentales	Juegos	27	Sur	Parabolé Educação e Cultura
A Escola dos Mistérios	Documentales	Mundo natural	13	CO	Dharma Filmes
Brincando com a ciência	Documentales	Mundo natural	13	Sur	Kinopus Audiovisual
Pintando a sétima arte	Documental y animación		13	SE	Saravasti produtora cultural

Fuente: ANCINE, 2017b.

El cambio de gobierno que hoy ejerce Jair Bolsonaro ha tenido impacto en el sector de las comunicaciones. Una de las medidas más polémica fue abrupto fin del convenio entre el Ministerio de Educación y Cultura y TV Escola en diciembre de 2019. El Presidente que señaló que la programación era «de izquierdas» y «deseduca». Sobre el tema, la fundación Roquette Pinto respondió a través de su web (<http://roquettepinto.org.br/noticias/>) rebatiendo con cifras y con el exitoso resultado de evaluación institucional una medida claramente ideologizada.

1.4.9. Franja infantil en TV Perú

La televisión pública en Perú (*Canal 7*) inició sus emisiones en 1958 por un convenio entre el Estado y la UNESCO. Según Morales (2010, p. 205) ese mismo año nació la señal comercial América Televisión y en el siguiente fue puesto al aire Panamericana TV. Fueron las únicas señales hasta el año 1983 en el que el mercado se abrió actores privados y extranjeros.

Históricamente la televisión educativa y cultural tuvo un espacio en Perú desde los inicios, con el fin de aportar a la alfabetización a la población más vulnerable y en los lugares más remotos del país. Según describe Morales (2010) en 1965 surgió *La Telescuola del 7* o *Telescuola del Inte*, primera experiencia de TV Educativa impulsada por la dictadura de Alvarado (1968-1975). En los años setenta se desarrollaron en el país experiencias como *Titeretambo* espacio dedicado a promover valores en el segmento infantil. Con la recuperación democrática la oferta cultural para adultos y niños se orientó a la producción de contenidos de series de ficción, costumbristas, cuentos animados diferenciada de la telescuola, ahora orientada al apoyo a la formación en oficios industriales, albañilería y alimentación.

Morales (2010, p. 215) señala que en los años 90 el gobierno peruano amplió la oferta de contenidos infantiles y educativos mediante una alianza con *NHK* de Japón, pero el gobierno siguiente, de Alejandro Toledo, la suprimió, situación que se ha repetido en el tiempo con los giros políticos y puntualiza:

En síntesis, toda esta apuesta nacional de programas refleja intentos aislados, descoordinados y la ausencia de un proyecto coherente de televisión educativa con objetivos de mediano y largo plazo. Esto se explica fundamentalmente porque los sucesivos cambios del comité directivo del canal estatal y su sujeción a los gobiernos de turno han acabado por afectar severamente a las decisiones programáticas impidiendo el diseño y ejecución de una política seria, marcada por criterios profesionales especializados y coordinados directamente con los programas de educación a distancia.

El programa *Nubeluz* fue la oferta infantil peruana más reconocida en América Latina. Este formato contenedor de ficción que mezclaba acción real con elementos de fantasía y canciones permitía la emisión de dibujos animados seleccionados. Se trató de un contenido desarrollado por la señal privada Panamericana TV.

Morales (2010) destaca el *Proyecto Huascarán*, que contó con alianza público-privada (con socios como *Microsoft*) para dotar de computadores y acceso a red satelital de las escuelas, lo que sin embargo no llegaría a concretarse en todo el territorio nacional. En el gobierno siguiente, se desarrolló un plan de Educación a Distancia, mediante la Señal de Televisión Educativa.

En la actualidad hay 7 señales de TV abierta con alcance nacional, casi todas ellas además efectúan emisiones por vía satelital. La señal pública es administrada por el Instituto Nacional de Radio y Televisión (IRTP), organismo dependiente de la Presidencia de la nación. Cuenta con 3 señales en el ámbito digital: *TV Perú*, *TV Perú HD*

y *7.3 Noticias*. Las señales tienen su correlato en la web, en la dirección (<http://www.tvperu.gob.pe/>). Respecto del escenario digital, CNTV y Gómez (2018, p. 94) señalan que el encendido digital se inició en 2010 con las transmisiones del canal *TV Perú*:

A partir de la llegada de la televisión digital, *TV Perú* inicia el camino a la diversificación de contenidos. El primer paso fue contar con la estructura técnico-operativa que impulsara este proyecto. En ese momento podemos afirmar que el cien por ciento de la realización de contenidos posee un estándar de alta calidad.

A partir de ahí es que surge el canal informativo *TV Perú 7.3*, cuyo inicio de operaciones se produjo en 2013. Este canal digital produce actualmente 62 horas semanales de estrenos exclusivos para esta señal, también es emitida por cable operadores nacionales.

El siguiente paso, fue la creación de nuestro canal de arte y cultura *TV Perú 7.4*, que está al aire desde diciembre de 2013 con una franja de 7 horas diarias de nuestro archivo con contenido totalmente diferenciado: películas, conciertos, documentales, entrevistas, reportajes, tributos.

La ex directora del IRTP María Luisa Málaga comentó sobre la necesidad de la creación de un espacio televisivo público para niños y niñas, señalando que, dado que el 37% de los habitantes del país son menores de edad y que el 12% son niños y niñas tienen menos de 5 años, se decidió crear un canal infantil y juvenil. Por su parte, la experta Miriam Larco, de CONCORTV señaló que ver televisión es una de las actividades declaradas el 99% de los niños peruanos y que estos ven en TV contenidos dirigidos a adultos, como los noticieros (CNTV, 2016a, p. 69).

Así en julio de 2016 nació **Canal IPé** (CNTV, 2016a, p. 54). Desde sus inicios la señal tuvo presencia en redes, a través de su web (<http://www.canalipe.tv/>) y de la plataforma IPé Play, que funciona como un repositorio de contenidos. Más que un canal es una franja de contenidos infantiles que se transmite entre las 6 de la mañana y las 13 horas, luego entre las 15 y las 19 horas, después de la emisión de una franja juvenil. Es posible ver la programación en señales de pago, como Movistar TV (707), Claro TV (545) y el canal 7.4 de la señal abierta digital (TBT). En *TV Perú* por señal abierta se emite la franja de lunes a viernes, entre las 14 y las 16 horas y de 17 a 18.30 hrs.

Según Renzo Amado, director de la Franja Infantil *IPé*, desde un inicio, la producción propia se centró en dar voz a los niños, de manera que se les escuche y les permita verse en pantalla, por ejemplo, desde la diversidad del país, que cuenta con 46 etnias diferentes (R. Amado., comunicación personal, 7 de septiembre de 2018). La salida al aire del canal comenzó con una apuesta por realizar contenidos documentales a lo largo del territorio peruano. Una de estas experiencias fue el programa *Caz@venturas*, descrito a continuación:

Los Caz@venturas, un docu-reality que en cada capítulo narra las experiencias de un grupo de niños y niñas entre 9 y 12 años. Este grupo indagará en preguntas que ellos mismos se formulen, convirtiéndolos en los editores y creadores de los contenidos (CNTV, 2016a, p. 54).

Los contenidos de la Franja son adquiridos mediante compra de derechos a señales públicas latinoamericanas y otros países como Francia o Corea. El resto de los programas corresponden a producciones propias. Pese a su corta vida, estos contenidos han dado a la señal una interesante visibilidad a través de su participación en Festivales audiovisuales internacionales, como el *Prix Jeunesse Iberoamericano 2017* fueron parte de la selección de cortos animados y la cuarta versión de Fan Chile en 2018, en la que obtuvieron el premio por la votación del público.

Tabla 24. Programas producción propia Canal IPé, Perú		
Nombre	Descripción	Género
Ciudad Jardín	«Pipo, Vivi, Tato, Lila y Mimí, una pandilla de amigos en edad preescolar se reúnen día a día en el Parque Central de Ciudad Jardín para planificar una divertida excursión. Toman sus bicicletas y emprenden una aventura a través de la cual adquieren valiosos conocimientos para vivir en armonía con las personas, los animales y la tierra que nos sostiene» (web Canal IPé)	Ficción animada
Cocinando con Miko Ondas	«Miko Ondas es un gorila al que le gusta mucho cocinar y divertirse con su comida. En Cocinando con Miko Ondas los niños pueden ver a Miko preparar los platos más deliciosos y nutritivos mientras imaginan cómo es la vida de un gorila chef en la selva» (web Canal IPé)	Ficción
Hazlo en casa	«En el taller de Gina, Francisca y Ray aprenderás cómo hacer juegos u objetos divertidos con elementos sencillos que tengas a tu alcance» (web Canal IPé)	Ficción acción real
Caz@venturas	«Son un grupo de niños dispuestos a resolver todas las preguntas. Su curiosidad los lleva a investigar sobre el medioambiente, los juegos, el Internet, los fenómenos paranormales y muchos más. A través de un buzón, los seguidores del programa pueden enviar sus preguntas, y Los Caz@venturas buscarán la manera más creativa de resolverlas» (web Canal IPé).	No ficción, acción real
Popap	«Alicia es una chica divertida, talentosa y con un gran sentido del humor. En cada programa emprende un viaje imaginario en el que, a través del juego, los niños aprenden, desarrollan su identidad y exploran su lado más creativo. Juntos pueden imaginar aventuras por el Perú, conocer personajes fantásticos, disfrazarse, cantar, bailar, reír y dar rienda suelta a su imaginación» (web IPé).	Ficción acción real
Viajes de papel	«Viajes de Papel es un microprograma, de <i>real action</i> y animación, que tiene como objetivo incentivar y promover la lectura en niños y niñas entre los 3 a 12 años. Cada programa es conducido por un niño o niña, quien nos narra, de manera lúdica, un cuento peruano ilustrado. El programa mezcla, a medida que se narra el cuento, las ilustraciones animadas del libro» (web IPé).	Ficción acción real

Fuente: Elaboración propia con datos web IPé, 2018.

1.4.10. Televisión infantil en Ecuador

Ecuador, a diferencia de otros países latinoamericanos no ha tenido una tradición de medios de comunicación públicos definida. Checa (2011, p. 40) puntualiza señalando que «Radio Nacional de Ecuador, creada en 1961 por José María Velasco Ibarra, había sido abandonada mediados los años noventa, ni siquiera había dado el paso a la frecuencia modulada y sólo emitía en onda media».

El Gobierno de Rafael Correa supuso un cambio de mirada, impulsando al Estado a desarrollar una estrategia para implementar una serie de medios públicos, que incluyen la participación en la señal continental desarrollada por Venezuela, Telesur. Según señala Ramos (2013, p. 77) la nueva Constitución aprobada en 2008 a través de un referéndum incluía un capítulo referido a los Derechos de la comunicación «en el cual se garantiza el funcionamiento de medios públicos, privados y comunitarios en igualdad de condiciones». La autora sostiene que a partir de ese año el estado se hizo cargo de gestionar medios como el Diario El Telégrafo, la Radio Pública del Ecuador y *Ecuador TV*. Checa (2011, p. 44) lo describe de la siguiente forma:

Así, *Ecuador TV*, el canal estatal, comienza en abril del 2008, le sigue Radio Pública meses después, emite en FM desde Guayaquil, Quito, Cuenca y Manta. Luego, en 2009, se crea la Empresa Pública Radio y Televisión del Ecuador (EPR-TV Ecuador). La puesta en marcha de la radiotelevisión pública supone por encima de los 11 millones de dólares. Finalmente, el 29 de diciembre del 2009 comienza su trabajo la Agencia Estatal Andes, siglas de Agencia de Noticias del Ecuador y Suramérica. El gobierno ecuatoriano no descuida ningún ámbito de la comunicación de masas y crea también en 2008 un diario en red, El Ciudadano, «periódico digital del gobierno de la revolución ciudadana» (<http://www.elciudadano.gov.es>). El periódico, bien diseñado, incluye un canal de vídeos. Este diario digital tiene asimismo una edición quincenal impresa.

CNTV & Gómez (2018, p. 85) señalan que la creación de Medios Públicos EP, el conglomerado estatal incluía siete medios incautados al Grupo Isaías en 2008, precisando: «Los medios que se integran al sistema estatal son la Cadena Ecuatoriana de Televisión (TC Televisión), Compañía del Pacífico Teledos (Gamavisión), Editorial Unimasa, Cablevisión, América Visión, Edimpres y Movilidad».

Bajo el gobierno de Rafael Correa se crearon medios públicos (periódico, radio y televisión). En 2008 nació la señal pública *Ecuador TV*, la que fue íntegramente financiada por el Estado hasta que en 2013 un nuevo marco legal le permitió acceder al ámbito publicitario. Mier & Coronel (2016, p. 707) se refieren al nacimiento de la señal de TV pública:

Ecuador TV nace con la perspectiva de estar vinculado a su propia industria de producción de contenidos con calidad, para compensar a la audiencia el patrimonio histórico y social que muchas veces había sido vulnerado por el importe de otras culturas y producciones audiovisuales de diferentes entornos que se habían transmitido en la televisión comercial. Entre los contenidos que tenía previsto abarcar las actividades culturales de cada una de las regiones

geográficas, incluyendo sus festividades y actos relevantes propios de la identidad cultural.

Pese a que el gobierno de Correa puso fin a regalías tributarias y de fomento con la que contaban grandes empresas mediales e impulsó la creación de medios públicos, los que ampliaron la oferta de voces, autores como Ramos (2018) sostienen que «el activismo estatal» del gobierno si bien ha logrado los mencionados avances, la estrategia utilizada en el posicionamiento de las políticas de comunicación –apoyada en «activismos y militancias»– también han resultado de alguna manera des-democratizadoras.

Respecto de la legislación para la implementación de la TV Digital, en 2015 se promulgó la Ley Orgánica de Telecomunicaciones que creó la Agencia de Regulación y Control de las telecomunicaciones, ARCOTEL cuyo objetivo como ente regulador y encargada de gestión de los aspectos técnicos. Uno de los aspectos destacados por CNTV y Gómez (2018, p. 75) es que la ley establece una distribución del espacio radioeléctrico a frecuencias comunitarias (34%), un 33% para el sector público y otro 33% al sector privado. Los autores señalan que la digitalización de la señal pública fue posible gracias a la colaboración entre *RTV Ecuador* y Hitachi Kokusai Electric.

Mier y Coronel (2016) señalan que desde su nacimiento el canal pensó con grandes objetivos: fomentar la industria audiovisual nacional y emitir contenidos marginados por el mercado, como el infantil, con énfasis en la información y en el público de los niños y niñas. En un principio los programas de esta franja para niños eran todos envasados y adquiridos en el extranjero de canales como *BBC* y la televisión alemana. Los programas para niños se emitían diariamente en una franja llamada **Veo Veo**, que salía al aire las 6 y las 7 de la mañana. Entre la oferta envasada están contenidos están programas muy populares como *Peppa Pig*, *Pocoyó* y la serie de *Pakapaka Medialuna y las noches mágicas*. Con el tiempo, ha ido aumentando la producción propia en todos los segmentos del canal.

Suing, González y Ortiz (2016) destacan la iniciativa del Ministerio de Educación de Ecuador, Educa TV que es una franja de contenidos educativos que salió al aire en 2012 y surgió a partir de la Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador, artículo 74 numeral 3. Según la web Educa TV (<http://www.educa.ec/infantiles/>) la franja se emite de lunes a viernes entre las 14.30 y las 18.30 horas, a través de casi 170 canales (tanto de televisión abierta como de Internet) que por una obligación legal deben transmitirlo.

Samudio, Maruti y Real (2015, p. 138) describen que la oferta histórica de televisión infantil en Ecuador antes de la llegada de *Educa TV* destacando que: «La programación con más sintonía en niños y adolescentes fue siempre comercial, sensacionalista e importada». Si bien existieron esfuerzos puntuales de programas de teleeducación, la oferta para niños no tenía fines educativos. A partir de los años ochenta las autoras mencionan sólo dos iniciativas: *Rinconcito* (televisión preescolar) y *Arcandina* basada en Plaza Sésamo. De allí, señalan las investigadoras, la importancia de Educa TV:

Los pilares de la televisión educativa naciente con Educa en 2012, entonces fueron: la investigación cuantitativa y cualitativa que midiera desde sus inicios la penetración en las audiencias, el análisis y desarrollo de un modelo de producción delegada con la participación de productores independientes, el desarrollo de producciones con formatos de alta preferencia de las audiencias, y la formación de un equipo de trabajo multidisciplinario conformado por educadores, contenidistas, productores delegados, guionistas, etc. (p. 141).

Respecto de los contenidos, según se indica en su página web la programación está dividida en espacios juveniles, infantiles, familiares y para docentes. Samudio, et al., (2015, p. 142) describen los énfasis de la señal:

Los contenidos de Educa tienen en cuenta el Plan Nacional del Buen Vivir y, como ejes principales, los de interculturalidad, ciudadanía democrática, protección del medioambiente, cuidado de la salud y hábitos de recreación, y educación sexual en los jóvenes, así como los indicadores de atención inmediata presentes en la comunidad educativa: violencia entre pares, situaciones de peligro de adolescencia y de familia, y la construcción de una ciudadanía participativa.

Tabla 25. Programas Educa TV Ecuador

Día	Programa	Descripción
Lunes	Entornos invisibles	Programa de medio ambiente y tecnologías.
Martes	Mi Ecuador Querido	Programa que muestra la diversidad étnica del país.
Miércoles	TVeo en clase	Espacio que cubre materias del currículum escolar.
Jueves	Mi Salud TV	Programa de salud para la infancia y la familia.
Viernes	La Otra Historia	Espacio dedicado a la historia de Ecuador.

Fuente: Elaboración propia con datos web Educación.gob, 2018.

1.4.11. Televisión infantil en Venezuela

Los medios de comunicación masiva tienen larga data en Venezuela, bajo el alero de iniciativas privadas de comunicación. Safar y Pasquali (2006) enfatizan que la noción europea de medios de servicio público no ha estado presente en la concepción del Estado en el país, ejemplificando que la primera radio pública, Radiodifusora Nacional, posteriormente conocida como Radio Nacional de Venezuela nace en 1946, más de diez años después de que se iniciara el funcionamiento de emisoras privadas. Los autores señalan que a lo largo de los años la emisora pasó por la administración de diversos departamentos del Estado venezolano, oscilando entre la información partidista y un sello educativo-cultural, según el gobierno de turno. El predominio de los medios comerciales y la ausencia de un enfoque de servicio público ha sido según los autores una constante y puntualizan:

Pareciera que la dificultad de pensar en la radiotelevisión estatal como medios públicos de la ciudadanía siempre fue un obstáculo insalvable para los gobiernos, aunado a las presiones y connivencias con los sectores económico - empresariales que dominaron tempranamente el universo audiovisual en Venezuela (Safar & Pasquali, 2006, p. 75).

Gámez (2015, p. 26) distingue tres etapas en el desarrollo del sector televisivo venezolano, que denomina: «La llegada de la TV a Venezuela: ausencia de legislación, Década de los noventa: liberalización de concesiones y Período Bolivariano: nuevo orden regulatorio». En 1952 se fundó la Televisora Nacional, Canal 5 el primer canal de televisión estatal bajo la dictadura de Marcos Pérez Jiménez. Pese a ser la primera emisora, el canal experimenta un declive hacia los años ochenta con escasa cobertura del territorio y bajo alcance de la población. Safar y Pasquali (2006, p. 80) consignan que en 1974 el Estado adquiere CVTV (Cadena Venezolana de Televisión) canal 8, que pasa a llamarse Cadena Anónima Venezolana de Televisión (CAVTV): «VTV se constituye con dos canales: el 5, que estaba suspendido, y el recién adquirido canal». Los autores puntualizan que, si bien Canal 8 tiene un tipo de programación orientado a lo comercial, la Televisora Nacional (canal 5) tenía un sello diferente a los medios comerciales. En el año 1998 la señal fue privatizada en un polémico proceso y pasó a ser operada por el arzobispado de Caracas, dando origen a Vale TV.

Durante fines de los años ochenta e inicios de los noventa se diversificó el mercado televisivo con la llegada de una nueva señal, *Televen* y otra serie de canales privados de alcance regional, en manos de universidades, fundaciones e iglesias, correspondiendo a la segunda fase descrita por Gámez (2015, p. 30) en la que se produce según el autor un desmantelamiento de los medios públicos y un aumento progresivo de la penetración de la TV de pago. El investigador señala que «Durante este período la penetración sociocultural de la televisión entre los canales comerciales podía alcanzar hasta 43% de audiencia (Caso *Venevisión*) y un 4% de la televisión del Estado (caso *Venezolana de Televisión*)». En 1991 se creó la CONATEL (Comisión Nacional para Telecomunicaciones) y según Mosquera, Torres, Peinado y Russian (2010, p. 285) describen así a los otros actores, los grandes grupos privados que dominan el mercado televisivo venezolano:

Hasta 2007, el control del negocio de la comunicación televisiva en Venezuela se repartió entre dos grandes grupos de naturaleza familiar el Grupo 1BC (1 Broadcasting Caracas) con RCTV: Canal 2 (1953), y la Organización Diego Cisneros (ODC) con Venevisión: Canal 4 (1961), ambos de alcance nacional y enfrentados en la feroz lucha por conquistar el mercado de las audiencias.

Según Bringué y Sádaba (2008, p. 304) fue a fines de los años noventa, con el gobierno de Hugo Chávez cuando el Estado comenzó a tener mayor presencia en el sector de la comunicación. se han diversificado las señales incluyendo a servicios de tipo comunitario. En 2003 se creó VIVE TV que pertenece a la Corporación Venezolana de Telecomunicaciones, dependiente del Ministerio de Comunicación e Información. Citando a Marcelino Bisbal, los autores señalan:

De acuerdo a Bisbal (2006, cfr.), para 1999 el Gobierno venezolano sólo contaba con la señal venezolana de televisión (VTV), una señal radial en amplitud modulada (630 AM) para el centro del país, una señal en frecuencia modulada (91.1 FM) y una agencia de noticias oficial: Venepres. Mientras que en la actualidad cuenta con cinco canales de televisión: VTV, VIVE TV, Asamblea Nacional TV, Ávila TV, Telesur y Teves (sustituta de la señal de RCTV); siete emisoras agrupadas en Radio Nacional de Venezuela (RNV) y el circuito YVKE

Mundial; la Red digital del Ministerio de Comunicación e Información, la Red Ven-Global News y la agencia de noticias gubernamental rebautizada como Agencia bolivariana de Noticias (ABN) (p. 304).

Por su parte, Mosquera et al. (2010) señalan respecto de la tercera etapa el cambio de mirada política propia del gobierno Bolivariano que implicó la no renovación de la licencia de *RVTV* en 2007 y su administración pasó a manos gubernamentales. Refiriéndose a Telesur, Mosquera, et al. (2010, p. 290) señalan que tiene una propiedad compartida con otros gobiernos latinoamericanos, «...que participan en calidad de socios minoritarios Argentina (20%), Cuba (19%) y Uruguay (10%)». Bajo el gobierno de Macri Argentina dejó de formar parte de esa señal que declaraba ser un referente hemisférico de integración.

Respecto de la televisión para la infancia, Bringué y Sádaba (2008, p. 306) señalan que la Ley Orgánica para la protección del Niño y del Adolescente de 1998, establece resguardos para que tanto radios como empresas de televisión brinden una programación de alta calidad para público infantil:

La misma ley plantea que las emisoras de radio y televisión están en la obligación de presentar programaciones de las más alta calidad con finalidad informativa, educativa, artística, cultural y de entretenimiento, dirigidas exclusivamente al público infantil y juvenil, fomentar la creación, producción y difusión de materiales informativos, libros, publicaciones, obras artísticas y producciones audiovisuales, radiofónicas y multimedia dirigidas a los niños, niñas y adolescentes, que sean de la más alta calidad, plurales, y que promuevan los valores de la paz, democracia, libertad, tolerancia e igualdad entre las personas y sexos, así como el respeto a su padre, madre, representantes o responsables y a su identidad nacional y cultural.

Calderín, Bringué y Sádaba (2011) p. 111) dan a conocer el resultado de una encuesta que da a conocer el equipamiento y consumo que menores de edad hacen de la TV, videojuegos y teléfonos móviles, destacando que «la televisión es la pantalla con mayor penetración en los hogares de los niños venezolanos» Calderín, et al., (2011, p. 125). Los autores señalan que es la principal actividad a la que los infantes dedican más tiempo. Algunas de las cifras destacadas por los investigadores son las siguientes: sólo un grupo minoritario no dispone de aparatos de TV (sólo 2,5%). El 69,5% de los adolescentes dispone de un televisor en su habitación y un 56,8% de los niños entre 6 y 9 años ve televisión sin compañía adulta (Calderín et al., 2011, p. 125).

Respecto de la oferta de contenidos para niños, niñas y adolescentes, *Vale TV* (Valores Educativos Televisión) nació en 1952 como *Canal 5*, señal pública y que en 1998 pasó a manos del Arzobispado de Caracas. Según señalan Mosquera, et al. 2010, p. 285 el canal surge como una alianza entre la Iglesia y tres grupos televisivos venezolanos: *RCTV*, *Venevisión* y *Televen*. Es un canal sin fines de lucro y funciona mediante una red de 27 emisoras. Su programación consiste en documentales de diversas áreas: cultura, artes, religión, ciencias, etc. dirigidas a público general y no específicamente a público infantil. Sin embargo, estos programas tienen un aspecto educativo que lo hace un material visto por niños y jóvenes.

Una segunda señal educativa es destacada por Aguaded, Sánchez y Marín (2012). Se trata de *Colombeia* de la Fundación del mismo nombre que también gestiona Radio Zamora Socialista (102.3 FM) y está asociada al Ministerio del Poder Popular. El canal transmite 24 horas y su contenido está orientado al público escolar, con programación de variados géneros (noticieros, recreativos, juegos tradicionales, etc.). Los programas están segmentados en tres grupos de contenidos: culturales, educativos e infantiles, según señala la web (<http://www.colombeia.edu.ve>):

Tabla 26. Programas Colombeia, según tipo y descripción	
Nombre	Descripción
Infantiles	
Conociendo a mis héroes	«Es una serie de micros animados que nos trae a Toñito, un niño de 7 años, aventurero quien gracias a las maravillosas historias de los próceres venezolanos que le cuenta su tío Cheo, vive en su mundo mágico en el que viaja y vive experiencias de la época de la independencia junto a los próceres de nuestra historia, conoce sobre su vida, sus luchas, su personalidad, sus talentos y como se unieron a la lucha por la libertad del país».
La cartelera	«Seriado infantil educativo que nos muestra a Rolinda Rulo y Lucio Lacio (TITERES), dos extrovertidos personajes que emprenden una divertida aventura por Venezuela en busca de datos que ayudaran a un grupo de niños a armar una cartelera escolar, dedicada a un tema de interés general».
Tricolor	«Programa Educativo dirigido a niñas y niños de edad escolar, con una estructura narrativa presentada a través de un cuento, contado por 7 personajes (títeres) denominados: Mechi, Pancho, Florentino, Doña Petrica, Guaki y Pepito, que abordan temas como los valores, hábitos escolares».
Educativos	
A tan sólo un clic	«Es un programa de corte juvenil que muestra las potencialidades de Internet como herramienta educativa. Explora, investiga y crea espacios que permitan al televidente conocer todo lo que ofrece el ciberespacio».
Escuela de Rodaje	«Programa educativo – mixto, dirigido principalmente a los adolescentes. Este permite aprender de manera muy sencilla y práctica técnicas de cine, televisión y fotografía. La estructura narrativa parte desde la entrevista hacia cineastas y documentalistas, técnicos venezolanos y latinoamericanos».
Las casas más sencillas	«Programa educativo-cultural, moderado de manera pedagógica constructivista, por el maravilloso arquitecto venezolano Fruto Vivas. Personaje sencillo, que, a través de su experiencia, nos transfiere técnicas de construcción muy fáciles, económicas y sustentables para todo el pueblo venezolano».
Taller de creadores	«Programa educativo-cultural, moderado de manera pedagógica constructivista, por un artista conocedor de una disciplina y nos presenta una propuesta creativa, son los protagonistas de cada programa. El creador expone, paso a paso, como realiza su actividad, cuáles son las técnicas que utiliza, consejos prácticos y recomendaciones para los usuarios interesados en aprender y aplicar».
Valores deportivos	«Programa recreativo-educativo, que proyecta a las diferentes disciplinas deportivas practicadas en Venezuela, viabilizando la constancia y el esfuerzo de los deportistas de alto rendimiento y amateur. En esta serie, a través de la entrevista y la documentación nos permite conocer la historia, técnicas y reglas de cada una de ellas a través de los deportistas Venezolanos sumando a la política de una generación de Oro».
Culturales	
Con la banda en Concierto	«Programa dirigido al público juvenil, que busca proyectar valores e influir positivamente en la juventud venezolana a través de la creación musical, abriendo nuevos espacios para la difusión de los talentos musicales de las agrupaciones invitadas en cada capítulo a interpretar sus repertorios y compartir sus experiencias creativas y propuestas artísticas».
El pueblo está de Fiesta	«Programa Cultural-educativo, que fomenta nuestras tradiciones venezolanas, visibilizando manifestaciones no tan conocidas por los venezolanos, a pesar de estar involucrados ancestralmente».
Notables	«Programa educativo-cultural, de género documental, que permite a través del recorrido de una entrevista de personalidad, a través de personajes interesantes venezolanos como poetas, cineastas, deportistas, escritores, artistas plásticos, músicos, científicos e historiadores entre otros, la reivindicación de quienes han contribuido de una manera u otra al fortalecimiento de la Patria Grande».
Rostros de Venezuela	«Programa educativo-cultural, de género documental, mediante a entrevistas a personalidades conocedoras que permite reconstruir la vida y obra de personalidades que hicieron historia en la Venezuela de los siglos XIX y XX y que de una manera u otra participaron y contribuyeron en el fortalecimiento de la Patria Grande. Personalidades como poetas, cineastas, escritores, artistas plásticos, músicos, entre otros».
Rutas de Venezuela	«Programa Cultural-educativo, que fomenta las tradiciones venezolanas de cada estado de nuestro país, sus costumbres, actividades socio-productivas y lugares de interés turístico e histórico visibilizando sus manifestaciones no tan conocidas por los venezolanos».

Fuente: Elaboración propia con datos web Colombeia, 2018.

1.4.12. Otras ofertas de TV infantil pública en Latinoamérica

El mercado televisivo de **Uruguay** está altamente concentrado. Existen tres grupos privados que convocan casi la totalidad de las audiencias de la televisión tanto abierta como de pago (98%) y reciben el 95,5% de la publicidad de este mercado (Buquet & Lanza, 2013, p. 4). Asimismo, los autores agregan que existe un dominio de la zona capital respecto del resto del país.

La televisión en Uruguay comenzó por iniciativa de privados en 1955. Desde su fase más temprana son los grandes grupos económicos los que definen el desarrollo del sector. La primera señal pública, *Canal 5*, Televisión Nacional de Uruguay (TNU) nace en 1963 con una misión que Turnes (2014) describe como propia de los esquemas generalistas, en los que la misión es educar, informar y entretener. El autor señala que a lo largo del tiempo la señal logra presencia en todo el territorio nacional a través de repetidoras.

Respecto de la producción de contenidos, Turnes (2014) señala que en la mayoría de los casos se trata de producción nacional, la que es contratada por el canal y no realizada por ellos mismos. Desde 2012 el canal inició una renovación, emitiendo 24 horas y acercándose al proceso de digitalización.

En diciembre de 2014 se promulgó la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, Ley 19.307 que marca un punto de inflexión en el carácter de los medios en el país. Con un enfoque centrado en reconocer la comunicación como un Derecho, define a los medios públicos como «aquellos cuya gestión y titularidad residen en entidades públicas estatales o no estatales, sean estas nacionales, departamentales, educativas, universitarias u otras» (Linares, 2016, p. 107). El autor señala que los objetivos de los medios públicos tienen el deber de aportar a la pluralidad, ser independientes, promover la diversidad y fomentar especialmente la producción para niños y jóvenes. Asimismo, plantea que 60% de su programación debe ser nacional y establece que las señales privadas también deben emitir 30% de contenidos nacionales independientes.

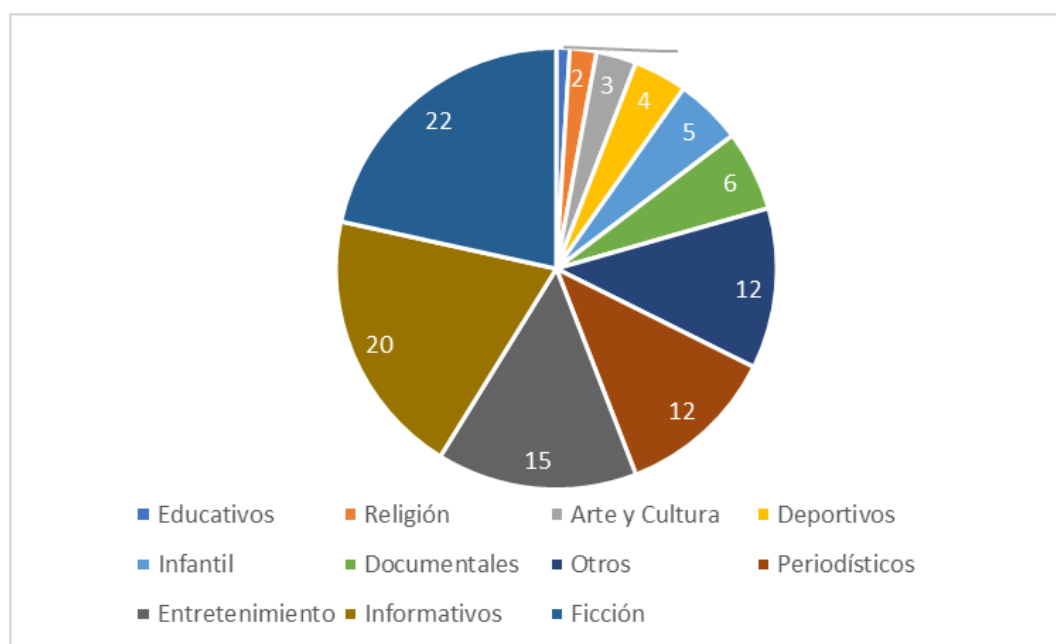
La ley crea un Sistema Público de Radio y televisión Nacional (SPRTN) que incluye a *Canal 5*, a Radio Nacional y a la Dirección de Cine y Audiovisual Nacional, que queda bajo la jurisdicción del Ministerio de Educación y Cultura.

La investigación realizada por Buquet, Lanza y Radakovich (2013, p. 1) evalúa el grado de diversidad de la programación televisiva en Uruguay y concluye lo siguiente:

Los principales resultados muestran una concentración de más del 90% de la programación de la televisión abierta comercial en cuatro géneros y en el siguiente orden: ficción, informativo, entretenimiento y programas periodísticos. La televisión pública también apuesta a la información y la ficción, pero privilegia programas infantiles, documentales, de arte y de cultura, educativos y deportivos.

Según describe la Figura 7, los programas infantiles ocupan apenas el 5% del total de horas emitidas en la TV entre 2010 y 2012. Por su parte, los contenidos educativos sólo corresponden a 1% del total.

Figura 7. Horas emitidas por la TV uruguaya, según género 2010-2012



Fuente: Buquet, Lanza y Radakovich, 2013.

Respecto de la programación infantil en la televisión abierta uruguaya, Buquet, et, al. (2013) desglosan la oferta proporcionada por las distintas señales, privadas y públicas: casi la mitad de la programación del Canal Público (*Canal 5*) está destinada al público infantil, mientras los canales privados (*Canal 4*, *Canal 10* y *Canal 12*) destinan entre 12% y 21% a este público específico.

Tabla 27. Porcentaje de programas infantiles, según canal					
Género	Canales Privados			Canal Público	Total
	Canal 4	Canal 10	Canal 12	Canal 5	
Programas Infantiles	12%	21%	17%	50%	100%

Fuente: Buquet, Lanza y Radakovich (2013).

Al mirar la procedencia de los contenidos dirigidos a niños, los mismos investigadores señalan que se trata de programas extranjeros casi en 95%. Casi 40% de ellos proviene de Estados Unidos y que casi no existe la producción local de contenidos. TNU a través de su web (<http://www.tnu.com.uy/contenidos/el-canal-de-los-ninos>) señala que emite diariamente una franja de contenidos infantiles: *El Canal de los niños* se emite de lunes a viernes a las 11 horas y a las 17 horas y los sábado y domingo a las 08:30 y a las 15.30 horas. Los contenidos son principalmente extranjeros: *Billy the krill*, *El Mundo de Luna*, *Peg + Gato*, entre otros. El único programa nacional que aparece destacado en la web es *Hornero Migratorio* que consiste en cortos audiovisuales con canciones tradicionales en escuelas de diferentes rincones del país. Se trata de un formato transmedia que busca la participación de las comunidades y que realiza en cada localidad un programa personalizado.

En el caso de **Bolivia**, la televisión llegó al país de forma tardía, finalizando la década de los sesenta. Según señala Toussaint (2017, p. 230) el nacimiento de la televisión en el país estuvo siempre vinculado a gobiernos totalitarios:

La televisión llega al país en 1969; se crea *Canal 7* con sede en La Paz, éste será mantenido e impulsado más tarde por la dictadura del militar Hugo Banzer (1971-1978). Bajo el mismo régimen aparece, en 1976, el Sistema de Televisión Educativa de la Universidad Boliviana, *Canal 8*, con sede en la ciudad de Tarija, el cual se convertirá en 1980 en el Sistema Integrado de Televisión Universitaria Boliviana, con ocho canales que emiten desde ocho ciudades, adscritas al mismo número de casas de estudios. Surge la transmisión a color y *Canal 7* adquiere dicha tecnología. El gobierno siguió siendo autoritario, ahora bajo el mando del general Luis García Meza.

La historia del canal público se puede ejemplificar en tres etapas, según se describen en su web (<http://www.boliviavt.bo/principal/historia.php?lang=es>): una primera fase bajo la dictadura entre 1969 y 1985, caracterizada por la implementación de la televisión, primero, y luego la constitución de la Empresa Nacional de Televisión Boliviana en los años ochenta. En esta etapa el canal público es el único que existe. Una segunda fase se produce luego de la recuperación democrática en 1985 y hasta 1999, que de manera similar a lo que sucede en el resto del continente, está marcada por la aparición de señales privadas, que según Grebe (2007) superan las 194 emisoras. La etapa más reciente de la televisión pública, desde el año 2000, bajo el gobierno de Evo Morales en la que se crea Bolivia TV. Además, se agregan a los medios estatales Radio Patria Nueva, Radio Illimani, Agencia de Noticias de Bolivia y otras radios comunitarias.

En el escenario de la implementación de la TV digital en el país, que conlleva una promesa de ampliación de contenidos para todas las audiencias, no se aprecia una nueva parrilla de contenidos infantiles. Suing, González y Aguaded (2015) y Suing (2015) al analizar géneros y formatos de TV digital en países andinos, citan a una serie de autores que señalan que una de las falencias del proceso de desarrollo de la tv digital ha sido justamente en el ámbito de diversidad de contenidos.

1.5. TELEVISIÓN EN CHILE

1.5.1. Del modelo universitario a la TV comercial

La televisión en Chile surgió con la vocación de servir a la información, educación y entretenimiento de los ciudadanos. La primera emisión experimental de televisión la realizó el 5 de octubre de 1957 la Universidad Católica de Valparaíso en esa ciudad. Las primeras concesionarias del espacio radio eléctrico fueron justamente las universidades, ya que se consideraba que eran actores adecuados para desarrollar la televisión con triple misión. La Universidad Católica (UC) y la Universidad Católica de Valparaíso de Chile (UCV) fueron las pioneras en transmitir en 1959 en las ciudades de Santiago y Valparaíso. En 1960 comenzó sus emisiones en la Universidad de Chile, sólo en la capital. En una primera etapa, el alcance de transmisión de las señales era muy restringida, los horarios limitados y la programación consistía en la televisación de eventos culturales.

Según comentan Souza y Suit (2004) la televisión educativa en Chile se remonta a esta etapa inicial de la televisión universitaria. Ya en 1958 se produjo el primer programa de televisión educativa en Chile, *El Hombre y el Universo*. La Universidad Católica y la Universidad de Chile exploraron formatos variados tomados de la televisión educativa mundial: desde las teleclases, para extender la educación formal, teleteatros, cursos optativos de cultura general para todo público e iniciativas más específicas para la capacitación docente o en apoyo a grupos de mujeres rurales. La más recordada de estas iniciativas de televisión a distancia, *Teleduc*, surge en 1977 hasta 1982 al alero de la Universidad Católica, con el objetivo de brindar capacitación a través de la televisión con el apoyo de materiales complementarios. Los temas desarrollados fueron variados, desde administración y negocios, inglés, perfeccionamiento docente y otros.

El Campeonato Mundial de Fútbol de 1962 realizado en el país fue el hito que marcó la masificación de la televisión en el país. La importación y venta de aparatos se disparó ese año superando las veinte mil unidades, debido a los bajos costos.

Hacia inicios de 1968 estaba tomando cuerpo la idea de crear una Red Nacional de televisión dependiente del gobierno, desligada de las redes universitarias. El año 1969 fue decisivo en este proceso. Tempranamente se estableció que la red postergaría sus orientaciones educativas iniciales para favorecer un modelo de televisión orientada a la entretenimiento, vehículo de la cultura de masas y de la industria cultural. Se dio prioridad a la tarea de llegar a muchos lugares de Chile, prestando un servicio de información a la población y de control político para el gobierno (Rolle, 2007, p. 73).

En 1969 se creó Televisión Nacional de Chile, la televisión estatal, cuyo propósito fue extender el servicio a todo el territorio nacional, contribuyendo a la masificación del servicio. El llamado canal de todos los chilenos nació en una época políticamente agitada, con decisiones aceleradas y la búsqueda del modelo más adecuado para su funcionamiento. Como señala Rolle (2007) el estatuto jurídico de TVN

se definió como sociedad de responsabilidad limitada, propiedad de la Corporación de Fomento de la Producción, CORFO con 80% de propiedad, un 10% para la Empresa Nacional de Telecomunicaciones (Entel) y otro 10% para Chilefilms, todas entidades estatales. Esta figura le permitiría cierta autonomía de gestión, similar a la de otras empresas del Estado. Su manejo estaría a cargo de un directorio nombrado por los accionistas.

El mismo autor señala que *TVN* tuvo una expansión muy veloz: al año siguiente de su fundación llegaba a 21 ciudades del país en su plan de despliegue territorial, con estaciones en las regiones de Arica, Antofagasta, Concepción y Punta Arenas. A lo largo de la década de los setenta, la televisión tenía una alta penetración social, una parrilla programática que difundía una amplia gama de contenidos y una amplia audiencia. La década de los setenta comenzó con el nuevo marco legal de la televisión, promulgada aceleradamente el 24 de octubre de 1970 antes de la ratificación de Salvador Allende por el Congreso. La primera Ley de Televisión 17377 vino a regular el funcionamiento del mercado televisivo que hasta entonces había sido informal. La ley establecía en su Artículo 1º:

La televisión como medio de difusión ha de servir para comunicar y e integrar al país; difundir conocimiento de los problemas nacionales básicos y procurar la participación de todos los chilenos en las grandes iniciativas encaminadas a resolverlos (Ley 17377, 1970).

El cuerpo legal también estableció la creación de una entidad autónoma que debe supervigilar, fiscalizar y orientar a la TV, el Consejo Nacional de Televisión. Asimismo, la ley establece ciertas normas respecto del financiamiento de los canales, a través de un sistema mixto que incluye publicidad y subsidios gubernamentales y la obligación de los canales universitarios de convertirse en Corporaciones de Derecho Público.

Respecto de la programación, el *Canal 7* emitía diariamente una franja para niños, con espacios producidos en vivo, como títeres y formatos contenedores, que comenzaba a las 18.30 horas. La parrilla de este primer canal público incluía espacios para jóvenes, reportajes de viajes, teleteatros, debate y conversación, dirigidos a diferentes públicos. La señal programaba contenidos con valores educativos y formativos. Como señala Rolle (2007, p. 79) «estaba en el ambiente de esos años dar atención a las vidas mínimas y concederles su lugar en la historia, lo que se convirtió en un compromiso y en un rasgo identitario de la misión de TV Nacional». Otro de los sellos de la señal en sus inicios fue el resguardo de pluralismo, lo que debía respetarse especialmente en los informativos.

El gobierno de la Unidad Popular se inicia bajo un clima político y social muy agitado y polarizado que se manifiesta en los medios (muy especialmente en la prensa). Mientras la televisión universitaria todavía se encuentra movilizadora por los procesos internos, propios de la Reforma Universitaria, Televisión Nacional como medio gubernamental no estuvo ajeno a este proceso adoptando una línea editorial favorable a las ideas de cambio social.

En términos de programación, Rolle (2007) describe que mientras los informativos y programas de debate daban cuenta del caldeado ambiente político y social, los espacios de entretenimiento en todos los canales eran variados, con programas para la mujer, telenovelas latinoamericanas como la argentina *Nino, Simplemente María* y *Muchacha Italiana viene a casarse*. También se desarrollaron telenovelas en el país, pero ese género alcanzó su apogeo en la década de los noventa, teniendo una alta audiencia familiar. Surgen en este período espacios de factura nacional muy populares entre los jóvenes, que son grandes consumidores de programas como *Música Libre*.

Los segmentos infantiles de TVN de los años setenta como *Pin Pon* y *Ya somos amigos* suelen ser espacios contenedores con un animador como el payaso y la tía Patricia que incluyen personajes caracterizados, concursos, juegos y canciones. En los años ochenta se generó una oferta de televisión infantil envasada en los diferentes canales, que incluyó a las series *Plaza Sésamo* (de México), *Familia Telerín* (España) y *Topo Gigio* (Argentina).

Rolle (2007) plantea que en 1971 el poder Ejecutivo vetó el proyecto legal que permitía la expansión de las señales universitarias, que estaban imposibilitadas de extenderse por el territorio nacional, lo que movilizó a los canales de las Universidades. La polarización de los noticieros y el ambiente de radicalización fueron antesala de un escenario mucho más violento, que culminaría con el Golpe Militar de septiembre de 1973. Se produjo la intervención de todas las instituciones públicas incluyendo las universidades, las corporaciones que gestionaban los canales, todos los medios de comunicación y por cierto a Televisión Nacional, que desde ese año y hasta 1990 fue el órgano de difusión de las ideas de la dictadura. El canal fue un espacio vetado para los terribles hechos que se estaban viviendo en el país.

En la década se producen importantes avances técnicos, como la extensión de las señales universitarias por el territorio nacional y en 1978 se producen las primeras emisiones televisivas a color. Pese a ello, Portales señala:

El balance del período 1978-1987 es bastante sombrío. Un país dividido, controlado por un régimen militar que gobierna en base a estados de excepción y que, desde 1973 hasta el 1 de enero de 1987, mantiene vigente el toque de queda. Un país aislado, cuyo gobierno es condenado por violaciones a los Derechos Humanos en las Naciones Unidas y se va quedando solo, mientras las demás naciones de América Latina comienzan a transitar a la democracia (2007, p. 179).

1.5.2. TVN el canal de todos y el contexto digital

Como dice Fuenzalida (2000) el gobierno militar suprimió los aportes estatales dejando a la televisión universitaria y a la señal de todos los chilenos a la suerte del mercado. El financiamiento de *TVN* era inicialmente mixto: con aportes económicos del Estado, además de lo que recibían por la vía publicitaria. Fuenzalida (2000) señala que, una vez retomada la democracia, se hace necesaria una modificación a su ley y sistema de gestión. El autor caracteriza el proceso iniciado bajo la presidencia de Patricio Aylwin en 1992:

A través de la reforma, *TVN* dejó de ser una red gubernamental y se transforma en una red Pública del Estado, gobernada superiormente de modo autónomo y consensual, es decir, una red que debe dedicarse a una comunicación televisiva al servicio de los chilenos y no al servicio de los intereses políticos del gobierno de turno (p. 27).

La Constitución de la dictadura del año 1980 en su artículo 12 declaraba que «el Estado, aquellas universidades y demás personas que la Ley determine podrán establecer, operar y mantener estaciones de televisión» (MINEDUC & CNCA, 2016, p. 7). Hacia fines de la década de 1980 el medio se diversificaría con la entrada de nuevos actores y un aumento considerable de la oferta programática, pero siempre con predominio de la TV comercial.

La convergencia es señalada por autores como Prado y Fernández (2006) como la segunda mayor transición para los sistemas públicos de televisión, después del ingreso de actores privados al mercado televisivo. En el caso chileno, el sistema mixto se produjo a mediados de los años ochenta, ampliando la oferta de señales y pasando de un modelo estatal y universitario a uno comercial.

En los meses previos a la entrega del gobierno, la dictadura realizó una importante acción: instruyó a *TVN* vender una de sus concesiones a un particular. Así se inició de hecho la televisión privada en Chile. El comprador fue el empresario Ricardo Claro y nació canal 9, Megavisión. Poco después, se publicó un decreto de la Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel) en el que se trasladaba una frecuencia de *TVN* desde Puente Alto a la cima del cerro San Cristóbal, con la instrucción de venderla, naciendo así Canal 4, La Red. Cuando el gobierno de Aylwin ya estaba en el poder se otorgó una tercera concesión, la número 2, al Canal Rock & Pop, de radio Cooperativa (MINEDUC & CNCA, 2016, p. 7).

La puesta en funcionamiento de los canales privados significó desde entonces el aumento de la lucha por el mercado publicitario y, por ende, la apuesta por una programación más comercial. A lo largo del tiempo, las señales universitarias desaparecen de la oferta televisiva por la enajenación de sus concesiones o por la venta a grandes grupos nacionales e internacionales, con amplia presencia en otros medios y en la industria del *retail*, la Banca y otros rubros comerciales, como se grafica en la siguiente tabla:

Tabla 28. Grupos económicos y TV en Chile				
Grupo	Propietario	Medios	Empresas /Sociedades	Otros Sectores
Grupo Bethia	Liliana Solari Carlos Heller Solari Andrea Heller Solari	TV abierta TV por cable Radio Internet	Etc. Medios S.A. Red Televisiva Megavisión S.A.	Retail, inmobiliario, transportes, vitivinícola, agrícola, hípica, salud, concesionaria de fútbol.
Grupo Canal 13	Andrónico Luksic 67% PUC 33%	TV abierta TV por cable Radio Internet	Canal 13 S.A. Radiodifusión SpA	Industrial, bancos, minería, agrícola.
Grupo Prisa (España)	Liberty Acquisition Holdings Corp. (Martin E. Franklin y Nicolas Berggruen) Rucandio S.A. (Familia Polanco)	Televisión Radio Revistas Diarios Internet	Ibero Americana Radio Chile S.A.	Editorial (Educación)
Grupo Televisa (México)	Emilio Azcárraga Jean	Televisión Internet Radio Revistas	Editorial Televisa Chile S.A.	Producción cinematográfica, telecomunicaciones, doblaje, animación, club de fútbol
Time Warner (Estados Unidos)	Time Warner Inc. Turner Broadcasting System	TV abierta TV por cable Internet	CNN Chile S.A. (50% con VTR) Red de Televisión Chilevisión	Producción cinematográfica, videojuegos

Fuente: CNTV, 2015a.

Como señala el estudio del CNTV (2015e, p. 53) según la gráfica anterior se desprenden diferentes tipos de concentración de medios en la industria medial en Chile, que serían los siguientes:

- Concentración por integración vertical en Telecomunicaciones y TV de Pago (VTR y Telefónica)
- Concentración multimedial o convergente (Canal 13 y Bethia)
- Concentración multisectorial o en diversos sectores de la economía (Canal 13 y Bethia)
- Concentración por integración internacional o holding de medios con presencia transnacional (Time Warner).

Asimismo, el estudio arroja una correspondencia la concentración de las audiencias y la inversión publicitaria en los mismos grupos, lo que es una situación que se repite en diversos países iberoamericanos.

Los índices de *Concentration Ratio* para el primer grupo operador da a Bethia un 25% de audiencia total 2014 y un 28,6% de inversión publicitaria, lo que, según esta medida, no indicaría un monopolio.

Sin embargo, este índice considera también los primeros cuatro grupos o canales de TV que concentran la audiencia y la publicidad, con un 91% de público, y un 87% de la inversión publicitaria (CNTV, 2015e, p. 42).

Durante la década de los noventa, una vez recuperada la democracia y con ella la confianza ciudadana en la señal pública, se produce el liderazgo de sintonía de TVN, que se impone con sus programas propios, especialmente los informativos y en el área de ficción, a través de las telenovelas.

Al inicio de 1992 se promulgó la Ley 19132 que crea la Empresa de Televisión Nacional de Chile con una serie de modificaciones, entre las cuales destaca que la gestión es ejercida por un directorio pluralista, formado por 7 miembros ratificados por el Senado y cuyo Director Ejecutivo es designado por el Presidente de la República. La reforma de los años noventa estableció que el canal tiene la obligación de autofinanciarse por vía comercial. Lo que en un principio se pensó como una garantía de autonomía ideológica frente a los gobiernos, en la actualidad es una dificultad ante el nuevo escenario de la convergencia.

Bucci (2015, p. 92) destaca las contradicciones que supone una televisión pública entregada a la programación comercial y financiada por vía publicitaria, señalando:

A demonstração mais eloquente das distorções que o financiamento publicitário pode ser visto na Televisión Nacional de Chile (TVN). Numa surpreendente decisão oficial, ela se subordinou inteiramente ao mercado – um passo que vem sendo bastante questionado e que deve ser reexaminado e talvez alterado no futuro próximo. A TVN é uma emissora pública, o seja, é patrimônio público, propriedade do Estado. Não obstante, opera como se fosse uma emissora comercial qualquer. Criada pela lei 19132 de 30 de março de 1992, está impedida de receber qualquer aporte de dinheiro de impostos. Para se financiar, então é obrigada –por lei– a buscar faturamento publicitário.

Bucci (2015, p. 92) profundiza en la tensión que existe entre el carácter definido como público por la señal y sus contenidos, que no se distinguen de los de cualquier otro canal comercial:

No campo da programação, o modelo de financiamento adotado gerou uma descaracterização completa. A TVN oferece em seu cardápio de programas apenas mais do mesmo. Atrações de auditório, jornadas esportivas, programas de humor e notícias comuns, exatamente como se fosse uma estação comercial. E compete à por maiores nacos de audiência com suas concorrentes (privadas) para conquistar os anunciantes.

En 1997 el canal formula unas Orientaciones Programáticas «para que sirvieran de guía en el quehacer del Canal y su responsabilidad de hacer televisión pública, cumpliendo los objetivos inherentes a ella y respetando los valores y principios que le señala la ley» (Televisión Nacional de Chile, 2009, p. 5).

Dicho documento describe la política editorial de TVN para fomentar la autorregulación ética definiendo los criterios profesionales y programáticos y especificando la cobertura periodística y la emisión de contenidos, a partir del respeto de principios como la dignidad de las personas con públicos especialmente sensibles como niños, mujeres, minorías y en situaciones especiales como sexo, política, violencia, seguridad nacional, catástrofes, etc.

Respecto del tratamiento de los niños y niñas, el documento de Orientaciones Programáticas considera como niños a los menores de 15 años y como adolescentes a los mayores de 15 y menores de 18 años. Como principio general se propone un

tratamiento acorde con el respeto de sus Derechos. Las Orientaciones establecen también medidas específicas para la participación de niños y adolescentes en los diferentes tipos de programas del canal, tal como contar con la autorización de padres u otros adultos responsables del cuidado de los niños.

El documento propone formas adecuadas para el tratamiento de los niños en ciertos formatos y temas. Por ejemplo, se propone proteger la identidad de los menores de edad víctimas de vulneración de sus derechos o vinculados a casos judiciales. El documento resguarda la participación de niños y niñas en programas de concurso y entretenimiento que «no deben ser presentados en situaciones que contengan un exacerbado erotismo, impropio de sus respectivas edades» (Televisión Nacional de Chile, 2009, p. 92). Acerca de los programas dramáticos infantiles, los contenidos deben tener un cuidadoso tratamiento de la violencia y conductas impropias sobre el tema. Respecto de los dibujos animados, las Orientaciones enfatizan que son apreciados por la audiencia, pero que ello no los convierte en programas *inocuos*.

Para evaluar si los programas de este género son aceptables se debe ponderar: El nivel de violencia que contienen, si ésta es el principal elemento de atracción y si hay una neutralidad frente a la violencia o bien una exaltación de ella. Si existe algún grado de agresión psicológica en sus contenidos (Televisión Nacional de Chile, 2009, p. 93).

Durante el primer gobierno de la Presidenta Bachelet se propuso realizar cambios legales a *TVN* que permitieran a la señal adaptarse al nuevo escenario que se avecinaba con la televisión digital. Sin embargo, la «Ley Larga», así denominada ya que abordaba varios aspectos como su naturaleza, gestión y misión, quedó condicionada a la promulgación de la Ley sobre Televisión Digital.

El ex ministro de la Secretaría General de Gobierno, Marcelo Díaz describe la situación legal de *TVN* y la necesidad de ajustar su marco regulatorio:

Mientras durante los noventa en Chile desregulamos el mercado de la telefonía, y durante la década siguiente Internet partió libre de regulaciones y con solo una ley, justamente para garantizar su neutralidad de red, la televisión pública chilena fue quedándose aislada en el avance hacia la convergencia tecnológica. O sea, ¡no convergió! (CNTV, 2016a, p. 12).

Como señala Sáez Baeza (2014, p. 43) en el proceso de tramitación de ese otro marco legal, se produjo en 2012 un intento más rápido para modificar la Ley de *TVN* que se conoció como la «Ley Corta», la cual ya fue promulgada en los últimos meses de 2013 y que debía solucionar aspectos que el legislador no podría prever en 1992. Básicamente esta ley facultó a *TVN* a tener una señal a través de Internet, pero no ahondó en la misión de servicio público del canal, o estableció cuál debía ser el modelo de negocios en el contexto digital. La autora explica «esta nueva iniciativa en un solo artículo, permite a *TVN* ampliar el giro comercial y omite referirse a la misión de servicio público del canal nacional que profundizaba la ley introducida previamente a discusión en el Congreso» (Sáez Baeza, 2014, p. 43).

En 2016 se introdujo en el Senado una indicación sustitutiva, que implicaba un aporte único de recursos estatales a Televisión Nacional, para apoyar el tránsito a la TV digital. El exministro Marcelo Díaz en la inauguración del VII Foro Internacional de Medios Públicos en América Latina declaraba:

Este foro, pues, se desarrolla en un momento singular en esta materia en Chile: estamos retomando la conversación legislativa para perfeccionar nuestra televisión pública con una mirada de al menos 10 años. Y estamos planteando que *TVN* se convierta paulatinamente en un consorcio de medios públicos, al establecerse la posibilidad de crear sociedades filiales para operar nuevas líneas de negocios (CNTV, 2016a, p. 12).

De la televisión que naciera al alero de las universidades, hasta 2016 persistía sólo un canal, *UCV televisión*, ligado a la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, que tiene presencia sólo en algunas regiones del país y escasa sintonía. En 2017 se transfirió parte de la propiedad de la señal a un grupo privado. Las restantes señales abiertas pertenecen grandes grupos económicos, dos de ellos nacionales (grupo Bethia dueño de *Megavisión* y grupo Luksic del ex canal de la Universidad Católica) y otra de las señales al conglomerado internacional Time Warner. El nivel de inversión de estos competidores y la disminución de la torta publicitaria son algunos de los factores de contexto de la crisis que experimenta la señal pública, Televisión Nacional de Chile, TVN.

El proceso de digitalización tendrá efectos en la televisión estatal, *TVN*. Por mandato legal la señal debe autofinanciarse mediante publicidad y competir en igualdad de condiciones con la TV comercial. Existe la impronta del canal con misión pública en un escenario competitivo por la publicidad. Las audiencias en general desconocen esta situación, lo que queda de manifiesto en la IX Encuesta Nacional de Televisión desarrollada por el CNTV, en la que 76% de los encuestados señala desconocer que *TVN* no recibe aportes del Estado y se financia por publicidad (CNTV, 2017c, p. 53).

Según Fuenzalida (2009) el modelo que pudo considerarse en algún momento exitoso hoy está en crisis. Sin duda el impacto de la convergencia será sustantivo en el sistema televisivo nacional, tanto por las posibilidades referidas al acceso, calidad y ampliación de la oferta audiovisual en TV abierta, como en términos de nuevos formatos y estilos (Avendaño, 2011; Fuenzalida, 2015). El reciente proceso de capitalización y la indicación legal enviada al Parlamento para modificar la Ley de Televisión Nacional de Chile, así como el anuncio de la creación de una nueva señal educativa y cultural realizado bajo la segunda presidencia de Michelle Bachelet están hoy en debate y son recogidos por la prensa (Álvarez, 19 de mayo de 2016; Álvarez, 21 de mayo de 2016; Plant, 5 de junio de 2016).

La creación de un nuevo canal público cultural y educativa pública ha movilizado una serie de debates y reflexiones por varios aspectos. *TVN* es la concesionaria que por ley puede contar con una segunda señal digital. En diciembre de 2017 fue aprobado por la Cámara Mixta, la asignación de 18 millones de dólares (15 millones de euros) para su puesta en marcha. Sin embargo, los malos resultados económicos del canal,

que ya fue objeto de una inédita recapitalización, en enero de 2020 obligaron al Estado a ser aval para que *TVN* solicitara un préstamo a la Banca. Por otra parte, hay sectores políticos, entre los que se encuentra el actual Presidente de la República, Sebastián Piñera, se han manifestado contrarios a la puesta en marcha de un nuevo canal público, prefiriendo contar con plataformas digitales para la difusión de diversos contenidos. Otros actores del ámbito de la comunicación, entre ellos las universidades estatales, desean ser parte de la generación de un canal educativo-cultural, científico y tecnológico, disputando el rol de *TVN*.

En virtud de lo anterior, el Consejo Nacional de Televisión, considerando el artículo 50 de la Ley 18.838, acordó en febrero de 2018 citar a una comisión que acuerde las bases para realizar la asignación de dos frecuencias de carácter nacional de tipo cultural educativa (Acta CNTV 05/02/2018, web CNTV):

Los Consejeros señalaron que las bases deben hacerse cargo de materias relevantes, tales como, si se va a permitir publicidad en los canales, si la señal cultural abarcará la señal en alta definición y las dos señales estándar, si se van a licitar las dos señales al mismo tiempo, o se va a licitar una en pos de otra, si se va a licitar una señal exclusivamente cultural o educativa o van a ser ambas mixtas, qué garantías deberán rendir los interesados para mantener el carácter cultural o educativo de la señal, etc. Se expresó que deben discutirse las barreras de ingreso para los postulantes, y que hay que tener presente que se debe abordar el tema de la posible dependencia del rating y de la publicidad de los postulantes. También, se hizo ver que *TVN* recibió un financiamiento para un canal cultural, en consecuencia, podría ser conveniente inclinarse por impulsar canales educativos.

Esta comisión que está integrada por ex presidentes del CNTV Herman Chadwick, Jorge Navarrete y la ministra de las Culturas, de las Artes y el Patrimonio, Consuelo Valdés, debe resolver todavía se encuentra sesionando para presentar las bases definitivas de esta concesión. Respecto de los valores que deben sustentar a dicho canal, orientaciones y contenidos que esta señal debiese tener, algunos lineamientos quedaron plasmados en el documento Orientaciones Editoriales y Programáticas Canal Público Cultural y Educativo, compilado por el Ministerio de Educación y el Consejo Nacional de la Cultura. (actual Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio).

Fuenzalida (2019) señala que los cambios que sugieren las nuevas tecnologías y las actuales formas de consumo de las audiencias requieren realizar un proceso urgente de modernización en *TVN*. Para ello, el autor propone una revisión de la tríada sobre la que se realizó la reforma refundadora de *TVN* en 1992: Misión-Programación, Financiamiento y Directorio (p. 319). Respecto del primer punto, sugiere la mantención de la información plural y balanceada, por ejemplo, a través de la señal segmentada informativa 24 Horas, a la que el investigador propone dotar de más variedad de formatos y géneros informativos que aborden la actualidad, den a conocer diferentes puntos de vista en el debate y algunos híbridos con la entretención que apelen a identificación emocional de las audiencias (p. 322). También considera que deben

reforzarse tanto la programación de *TVN* regional, como de TV Chile, la señal internacional.

En cuanto al financiamiento, el investigador considera que el acceso del canal a la publicidad tiene dos elementos positivos, en primer lugar, dificulta la corrupción y considera el aprecio de las audiencias a los programas, por lo que no es partidario de eliminar esta vía de acceso a recursos (p.330). Respecto del Directorio, Fuenzalida (2019) propone mirar modelos que incluyan distintos niveles de organización, similares a los de ARD de Alemania o de *TV Cultura* de Sao Paulo. Ello permitiría contar con un Consejo asesor que pueda incluir a representantes de diversos sectores del mundo social y un consejo administrativo más acotado.

Respecto de la cultura, Fuenzalida señala que el concepto está en evolución y propone apuntar a audiencias segmentadas a través de tecnologías de nicho como *streaming*, *VOD* y *Youtube*. En el ámbito educativo, Fuenzalida (2019, p. 327) retoma la idea planteada en 2016 de formular un canal específico para público infantil, agregando algunas particularidades:

Yo he propuesto una señal infantil en *TVN* para emitir en multiplataforma no lineal una programación segmentada hacia un público de niños; la experiencia internacional de producir una señal infantil en un canal de TV públicas muestra la opción de crear un canal segmentado lineal entre las 06.00 am a las 21.00 pm (aproximadamente) y el resto del tiempo para otro canal con otra programación, con una identidad diferente, marca, de contenido y de público (juvenil o cultural).

Y el autor Fuenzalida agrega: «Modernizar *TVN* creando un canal infantil vinculado al aula propone a la ciudadanía una nueva forma de servicio público a la familia y a los niños, el cual es apreciado y agradecido por los padres (2019, p. 328).

1.5.3. El regreso de la franja infantil de TVN

El mes de marzo 2018 vio aparecer nuevamente la franja de programas infantiles en la TV abierta, con la puesta en pantalla de *TVN Kids*, en la señal estatal y el espacio contenedor *Cubox* en la red privada Canal 13. La primera parrilla de esta franja se construyó con contenidos mayoritariamente provenientes del Fondo CNTV y ya emitidos, como el espacio de animales *Kunga*, la popular serie *31 Minutos*, *Horacio* y *Los Plasticines* ya habían sido programados anteriormente.

Al cabo de un año se ha ido consolidando la oferta infantil tanto la pantalla como la web <https://www.tvn.cl/infantil/> en el mes de abril de 2019 había en la página 20 series con 162 episodios para ser vistos online. Respecto de los nuevos contenidos en la señal pública, todavía se trata en su mayoría de espacios financiados en los concursos del Fondo del CNTV entre 2007 y hasta 2016 el 64,2% del total de episodios correspondientes a 12 series son financiados por este mecanismo. Si bien la mayoría de los programas al aire y en la web son chilenos –14 de los programas son producidos en el país– hay dos interesantes coproducciones internacionales: *Puerto Papel* es un programa nacido de la colaboración de los canales públicos *Pakapaka*, *Señal Colombia*, *TVN* y las productoras Zumbástico Studios de Chile, y *Gloob* de Brasil. El programa *Bebé en Camino*, por su parte es una coproducción entre la empresa productora *Mi Chica Producciones* –ganadora del *EMMY* por el programa *Con qué sueñas*– y de *TVN* con *EBS* de Corea, *TVK* Camboya, *Thai PBS* y *ShowLab* Italia. Además, este año se incorporaron a la parrilla contenidos extranjeros como *Milly Preguntas* de Francia, *Mónica Toy* de Brasil, *Raro pero cierto* realizada por *NatGeo Kids* y la serie argentina *Los cuentos de la casa del árbol* que fue premiada con el *EMMY* en 2017.

La cuarentena forzada por la pandemia causada por la Covid 19 ha puesto en la discusión la necesidad de contar con la franja televisiva destinada al público infantil. Por ello, en una alianza inédita *TVN* transmitirá desde el sábado 28 de marzo de 2020 programación de CNTV Infantil, incluyendo *Pichintún*, *Experimenta* y *Lyn y Babas*.

Tabla 29. Programación TVN Kids, abril de 2018 a abril de 2019

Programa	País	Productor	Descripción	Fondo CNTV
Kunga, actitud animal	Chile.	TVN	Programa familiar acerca de la vida animal	No
Ceacheí	Chile.	Kungan Project	Serie documental de 13 capítulos de explora la pasión deportiva de niños, niñas y adolescentes a través de diversas disciplinas.	2014
Niños inmigrantes	Chile.	Invercine	Serie documental acerca de niños que llegan a Chile desde distintos lugares, desde su propio punto de vista y con el propósito de dar a conocer su identidad, cultura, idioma en el respeto de la diversidad.	2012
Horacio y Los Plasticines	Chile.	Zumbástico studios	Horacio tiene unos amigos muy especiales, Los Plasticines, cuatro barras de plastcina que viven sobre una mesa de manualidades. Los Plasticines siempre saben responder, aconsejar y ayudan a Horacio a través de entretenidas canciones.	2013
Los Tela	Chile.	Waissbluth Periodista	Los tela es una serie documental en la que conocidos artistas visuales chilenos comparten su arte y trabajo con distintos niños y niñas. En cada episodio, un niño o niña tiene una inquietud artística y busca a un artista para que juntos puedan resolverla.	2013
Los fantásticos viajes de Ruka	Chile.	Imago	Serie animada de 13 capítulos que cuenta las aventuras de Ruka en el fondo del mar. Los ejes de la serie son la contaminación y el cambio climático.	2015
Los próceres más posers	Chile.	Productora Houston	Serie animada en que a partir de la invención de una máquina del tiempo trae al presente a héroes de la patria en etapa infantil.	2014
Achú	Chile.	Zumbástico studios	Serie busca a dar a conocer canciones, historias musicales con las aventuras de un grupo de niños.	No
Nano aventuras	Chile.	Cábala	Serie animada de entretenición, busca la educación en ciencias para niños de todas las edades.	2011 2015
Puerto Papel	Chile Brasil Colombi a y Argentina	Zumbástico studios Gloob Señal Colombia TVN Pakapaka	Matilde tiene 12 años y un don muy especial: cada día despierta con un nuevo, insólito y absurdo poder mágico que no puede controlar ni elegir. Sólo Carlos, su mejor amigo, sabe su secreto. Juntos vivirán increíbles aventuras y alocados malentendidos en un pueblo llamado Puerto Papel.	2012 2016
31 Minutos	Chile.	Aplaplac	Noticiero conducido y reportado por títeres y muñecos. Busca despertar, con sentido del humor, todos aquellos temas que interesan y llaman la atención de los niños.	2012
Zumbástico fantástico	Chile.	Zumbástico studios		No
Bebé en camino	Chile Corea Camboy a e Italia.	Mi Chica y TVN EBS Corea TVK Camboya Thai PBS ShowLab Italia.	«Tania Mayorga Guerrero tiene 9 años y vive en Curaco de Vélez. En Bebé en Camino conoceremos su historia y veremos cómo espera la llegada de su primer hermanito».	No
Tikitiklip Precolombino	Chile.	TVN y Ojitos Producciones	«Personajes del Museo de Arte Precolombino de Santiago introducen a los niños, a través de un cuento musicalizado (videoclip), en el mundo de los pueblos originarios».	2007
Mily Preguntas	Francia	Zouzous France Télévision CNC	«Mily siempre tiene muchas preguntas, y junto a su familia y amigos buscará la respuesta para cada duda ¡Acompáñala en esta súper aventura!»	No
Mónica Toys	Brasil.	Mauricio de Sousa	«Mónica y su tierno juguete viven un sinfín de anécdotas cuando transitan por la ciudad. Conoce las mini historias de Mónica Toy cada semana».	No
Nuku, Nuku	Chile.	Vivianne Barry	«Muestra una especial y mágica versión de la geografía y mitología de Rapa Nui. Cada capítulo lleva una alegre canción con ritmo polinésico y texto adecuado al público infantil».	2014
Los cuentos de la casa del árbol	Argentina	Pakapaka	«Cuatro amigos disfrutan al contar divertidas historias en la casa del árbol. Allí ríen, juegan y aprenden ¡Descubre nuevas aventuras cada semana!»	No
Cantando aprendo a hablar	Chile.	Nueva Imagen	«Serie especialmente diseñada para que los niños aprendan a hablar correctamente y a comunicarse mejor. Basada en el CD y DVD del mismo nombre».	2007
Raro pero cierto	Estados Unidos	NatGeo	«Ningún tema está fuera del alcance de los hermanos Charlie y Kirby Engleman, los amantes de la ciencia que exploran las extrañas y curiosas maneras en que nuestro mundo funciona a través de una mezcla de artes, manualidad y aventuras».	No

Fuente: Elaboración propia con datos web TVN, Zumbástico Studios, CNTV y Fox Play, 2018 y 2019.

1.5.4. Panorama actual de la oferta y consumo audiovisual infantil

El proceso de cambio en la oferta televisiva y en el consumo de las audiencias más jóvenes hacia la televisión está ampliamente documentado. En Chile, estudios como la Encuesta Nacional de televisión que realiza el CNTV desde 1993 cada tres años reflejan la relación con el medio y dan cuenta de la irrupción de las nuevas tecnologías. La literatura científica también documenta estos procesos (Fuenzalida, 2008; 2011; Mateos Pérez, 2012; CNTV, 2014a; CNTV, 2015a).

Este proceso está marcado, primero por la mayor disponibilidad y acceso a equipamiento de televisores en los hogares que se produce en la década de los noventa. En esos años se produce la irrupción de la televisión de pago en el país, a la que hoy acceden 66,8% de los televidentes, una de las cifras más altas en América Latina (CNTV, 2014a). Según relata Fuenzalida (2008), el siglo comienza con la llegada de las señales extranjeras a través de la televisión de pago dirigidas a público infantil, con una oferta de 24 horas de contenidos específicamente dirigidos a niños, la que además es altamente segmentada en subgrupos etarios, como *Baby TV*, *Discovery Kids*, *Disney Junior*, *Disney Channel*, *Nickelodeon*, *Cartoon Network*, etc. El autor afirma que:

Estos cambios aparecen en las nuevas formas de consumo infantil y en nuevas tendencias en el análisis de la recepción de programas infantiles; pero también en las nuevas formas de realización de los programas, que involucran cambios en la representación simbólica del texto. La plena utilidad de estos programas requiere del proceso de mediación (p. 49).

Ello significó el paso de un consumo familiar de la televisión a uno individual, privado y a menudo solitario de los niños: ellos deciden qué ver, cuándo y dónde verlo.

En los años noventa, dice Fuenzalida se empieza a considerar al niño audiencia, a partir de las teorías evolutivas y epigenéticas y otras como la teoría lúdica cognitiva, lo que implica, según el autor, un cambio de paradigma (CNTV, 2016a, p. 68).

García Matilla (2005) y Fuenzalida (1998) han dado cuenta de que al mismo tiempo se produce la progresiva desaparición de los espacios y franjas infantiles de la programación de la televisión generalista, no sólo en el país, sino también en otros lugares del mundo. En Latinoamérica, el estudio realizado por Becerra y Avilés (2014, p. 1613) sobre la oferta y diversidad de contenidos infantiles, comparó una muestra de 16 canales de televisión abierta de Argentina, Brasil, Uruguay, Ecuador, Chile, México, Paraguay y Venezuela, concluyendo que en entre 2003 y 2013 se produce una notoria caída en los espacios para los más pequeños:

El género infantil, de un 12,6% en el 2003, hoy ocupa 5,6% del tiempo total que se transmite en las televisoras latinoamericanas. Esto muestra una caída del 44% de contenidos enfocados en los niños, desglosándose en una reducida lista de tipos de programas.

Así como hace una década se producía el desplazamiento de las audiencias infantiles de la TV abierta al cable, hoy la multipantalla ocupa una parte importante en el consumo medial de niños, niñas y jóvenes. Como es posible ver, el paisaje televisivo se diversifica y se hace más complejo: Las audiencias ya no ven televisión sólo a través del *televisor*, sino que este consumo se ha ampliado a otras plataformas audiovisuales como Internet y la telefonía móvil. Steemers (2017, p. 7) señala que según datos del OFCom, entre 2011 y 2016 el visionado de televisión en aparatos tradicionales de los niños entre 4 y 15 años ha disminuido en un tercio, pasando a otros dispositivos. Las autoras Livingston y Local (2017) también señalan que la medición de las audiencias debe cambiar para comprender el consumo audiovisual que las audiencias realizan incluyendo otros dispositivos, ya que los índices tienen efectos en los recursos públicos que se entregan, por ejemplo, para la producción de contenidos. Y ejemplifican que, si bien con los años se registra una menor sintonía en el aparato de televisión tradicional, en términos absolutos, aumenta el visionado de contenidos televisivos en otras pantallas como *Youtube*. En esta línea, Gallardo Camacho, Lavín y Sierra Sánchez (2020) señalan que debe considerarse el consumo televisivo diferido que realizan las audiencias infantiles. Así como los programas del género informativo disminuyen su consumo en diferido en los días posteriores a su emisión, los espacios dirigidos a niños y niñas acrecientan su visionado en días posteriores, por lo que suman audiencias.

La implementación de la TV digital ha sido en muchos otros lugares un escenario propicio para potenciar las señales públicas infantiles en países como Colombia y en Argentina (Maniago, 2013; Fernández, 2014). Perú ha sido el más reciente, con el estreno de su señal *IPé*, dirigida a niños y jóvenes, que salió al aire en el mes de julio de 2016. La TDT coincide con el aumento del consumo audiovisual a través de las multipantallas y el creciente peso de las tecnologías en las dietas mediales de las audiencias infanto-juveniles. La televisión y las tecnologías se integran en la dinámica y hábitos cotidianos de las audiencias. Los nuevos medios no reemplazan a la TV, sino se complementan entre sí. A la vez, la televisión se diversifica (a través de nuevas pantallas, formatos).

La posibilidad de contar con tecnologías propias que permiten a niños desde edades muy tempranas ver lo que desean, donde y cuando lo desean, lo que tiene un gran impacto en la actual generación de usuarios. Como Edgar (2018, p. 5) apunta:

Small children, not capable of putting words together, can now access digital content on phones and tablets. By five or six kids can use social media to learn and stay in touch with parents and others. By seven to ten they are creating content by commenting on friend's posts and by eleven they are sharing personal photos, videos, stories and memes.

Scolari señala que «Los dispositivos móviles al no depender de una conexión fija a la red, resignifican conceptos como proximidad, presencia o movilidad» (2008, p. 283). Otro tema que aparece es que los niños y jóvenes tienden a usar más de un dispositivo tecnológico a la vez, si bien es más notorio en grupos socioeconómicos altos, también se produce cada vez de manera transversal, en la medida en la que se populariza el uso de tabletas y de teléfonos inteligentes (Vergara et al., 2014; CNTV, 2015a). La sociedad chilena declara una alta conectividad. En la última Encuesta

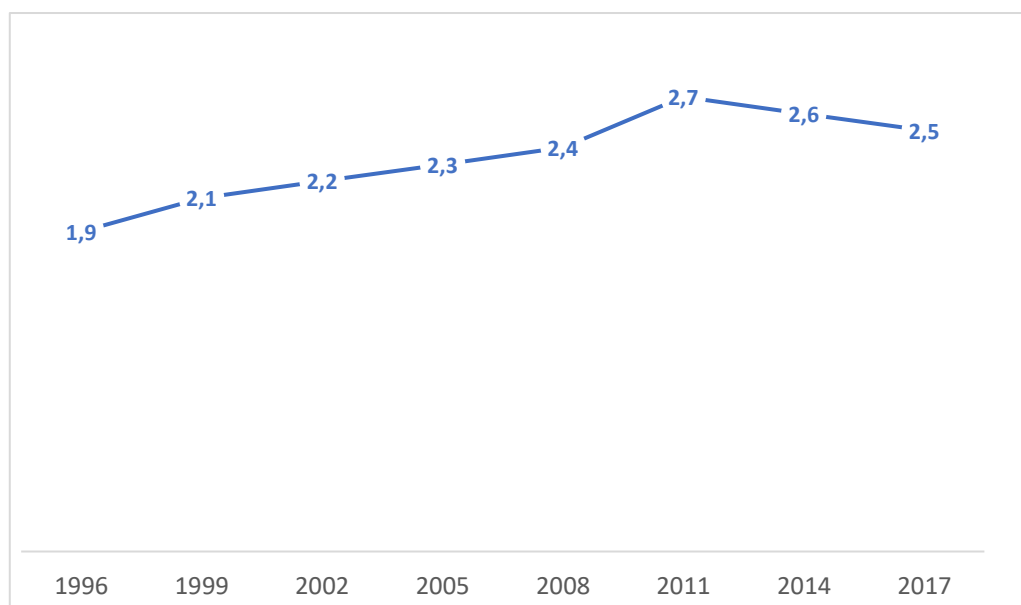
Nacional de Televisión, el 67,1% de las audiencias declara acceder a Internet. La literatura cuestiona el alcance de la idea de los niños como «nativos digitales». En este sentido, Manuel Castells citado por los autores Orozco, Navarro y García Matilla (2012, p. 68) señala:

Retomamos el término «Auto-comunicación masiva» propuesto por Castells por considerar que expresa el fenómeno que estamos experimentando en el mundo iberoamericano, de una existencia simultánea de la clásica comunicación masiva y concomitante recepción más o menos pasiva por las audiencias y la migración paulatina de sectores de esas audiencias al mundo digital y a una interlocución, aunque parcial, cada vez más proactiva y creativa.

En Chile, a la luz de los datos de la Encuesta Nacional de Televisión que el CNTV realiza desde 1993 cada 3 años, es posible ver cómo en se ha ido evidenciando el proceso de cambio en la oferta y en el consumo que realizan las audiencias infantiles de la televisión. Las dos últimas encuestas del CNTV se efectuaron en 2014 y en 2017 en las principales capitales de las diversas regiones de Chile. En este capítulo se destacan las tendencias que reflejan cómo los cambios mencionados han sucedido en la sociedad chilena a través de datos de diferentes estudios:

- Niños y niñas cuentan con un creciente acceso a múltiples tecnologías (tabletas, telefonía inteligente, ordenadores, televisores, consolas y otras de su propiedad, incluso desde temprana edad.

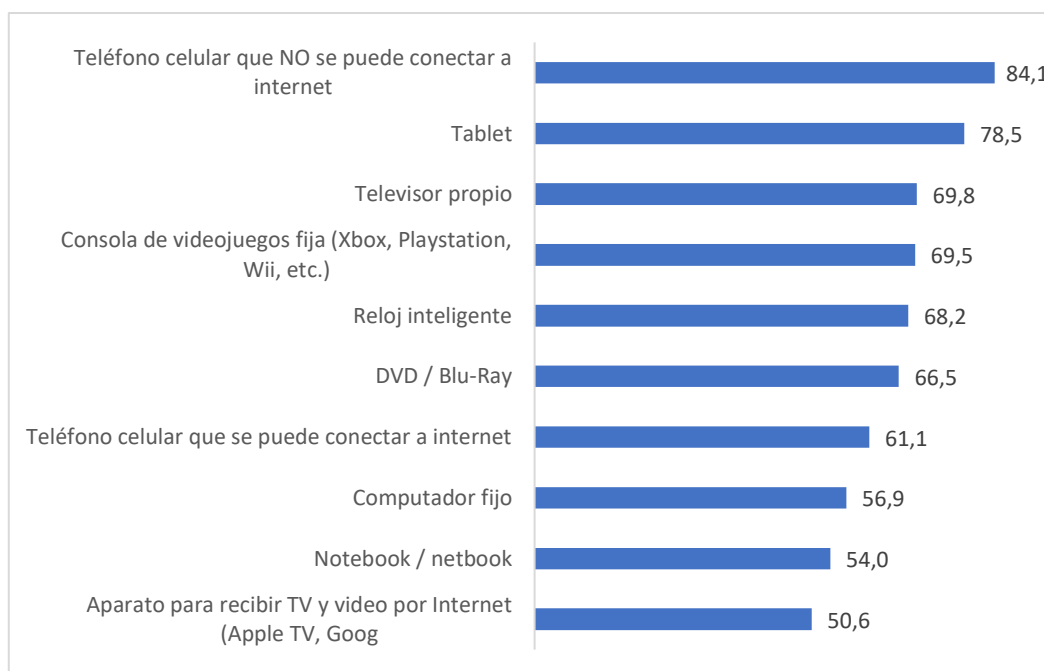
Los datos de la última Encuesta Nacional de Televisión (IX ENTV) realizada en 2017 nos muestran el rápido crecimiento tecnológico que ha vivido el país en los últimos años. De 1,9 televisores promedio por hogar existentes en 1996, hoy los chilenos cuentan con 2,5 aparatos. Si bien la cantidad de televisores tradicionales disminuye en un punto respecto de la medición de 2011, se registra un aumento en los de pantalla plana y 3D. El 77% de los hogares tiene pantalla plana e incluso 35% de los hogares dispone de televisores con conexión directa a Internet (CNTV, 2017c, p 3).

Figura 8. Evolución del Número de Televisores por Hogar 1996-2017

Fuente: CNTV, 2017c.

Actualmente, los menores de 17 años no sólo acceden al equipamiento tecnológico de su hogar, sino cuentan con sus propios artefactos. Según datos de la última encuesta del CNTV de 2017, 48% de los niños, niñas y adolescentes menores de esa edad es dueño de un celular con acceso a la red. Incluso los niños menores de 7 años tienen sus propias tecnologías: 22% tiene una tableta y 12% dispone de un teléfono móvil con conexión a Internet (CNTV, 2017c, p. 37). Según destaca la Encuesta (CNTV, 2017c, p. 36):

En hogares donde los niños, niñas y adolescentes tienen algún dispositivo, la media es de 1 dispositivo por niño/niña, donde destaca el celular con Internet. En total, 67% de las niñas, niños y adolescentes tiene algún dispositivo propio.

Figura 9. Equipamiento Tecnológico Menores de 13 años, en Porcentaje

Fuente: CNTV, 2017c.

Respecto del grupo entre los 8 y los 13 años, la IX ENTV arroja que más de 55% de los niños y niñas de este grupo posee un celular con acceso a Internet (CNTV, 2017c, p. 38). El estudio también destaca:

Es muy evidente el aumento en propiedad de bienes tecnológicos por parte de niños y niñas en edad escolar, que crece a 80%. Destaca en primer lugar el celular con Internet, pero las cifras se desagregan en otros dispositivos.

El acceso a sus propias tecnologías facilita su acceso a programas, películas y series, a través de diferentes plataformas, en los horarios que deseen. Estos datos permiten considerar la reflexión que Orozco et al., (2012, p. 69) se plantean sobre esta nueva forma de ser audiencias: la multirecepción:

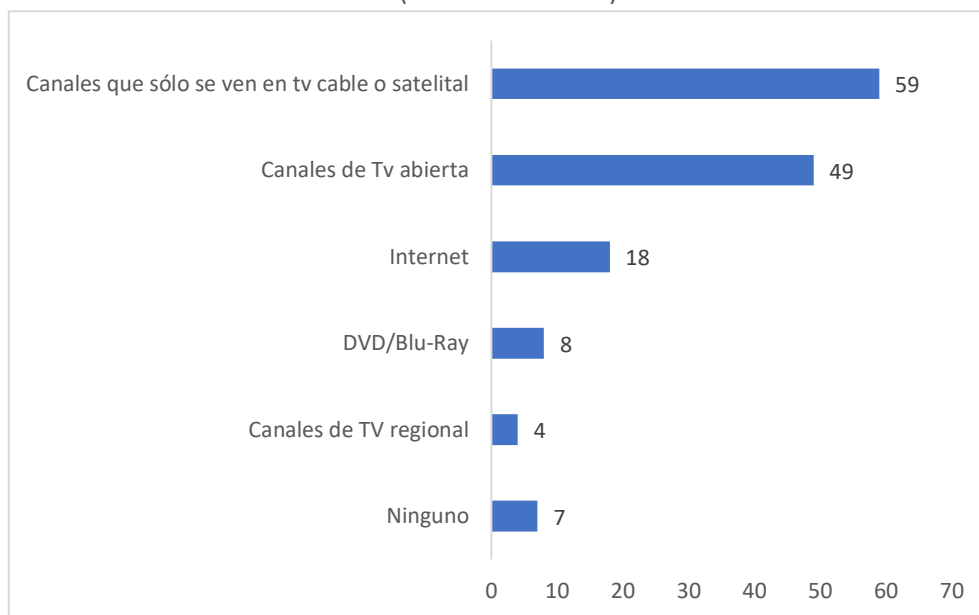
Por otra parte, el «estar siendo» audiencias de otras maneras (de muchas a la vez) empleando nuevas destrezas y competencias digitales y teniendo diversos dispositivos para la comunicación, no es algo que resulta automática o necesariamente de la efervescente interactividad y convergencia entre pantallas. Ni mucho menos es algo que se alcanza y queda para siempre.

- Los niños y niñas consumen audiovisual en diversas pantallas y lo hacen en forma simultánea. La televisión sigue siendo la pantalla principal.

El consumo de la TV abierta y pagada declarado por niños y niñas no es excluyente, es decir ven TV abierta y pagada. Según la IX ENTV los niños menores de 13 años ven en promedio 2,3 horas de TV abierta y 3,3 horas de televisión pagada al día (CNTV, 2017b, p. 25). A la vez, los niños ven audiovisuales tanto en canales exclusivos de la TV de pago (59%), como en la TV abierta (49%) y en menor medida a través de Internet. Hay que considerar que hay un 4% de las audiencias infantiles que ven

contenidos audiovisuales en televisión regional, en los que predomina la oferta de Novasur. Todos estos aspectos se describen en el siguiente gráfico:

Figura 10. Tecnologías en la que ven niños ven TV
(Base 1.987 casos)



Fuente: CNTV, 2017c.

Según datos recopilados por el CNTV (2017c, p. 4) se estima que en Chile 76% de los hogares tiene acceso a TV pagada por cable o satélite, seguramente asociado a las ofertas de las empresas que incluyen servicios como TV cable, telefonía e Internet. Por primera vez en la medición de 2017 se registra que más del 50% de los hogares de los estratos socioeconómicos más desfavorecidos, con grandes carencias, el Grupo E, accede a la televisión de pago (CNTV, 2017c, p. 4).

Las grandes cadenas internacionales como *Disney*, *Nickelodeon* o *Discovery* con presencia en toda Latinoamérica y en el resto del mundo, dominan la escena con señales temáticas –en este caso infantiles–, segmentadas por tramos etarios: para preescolares; niños de 8 a 12 y de 13 a 18 años. En términos de consumo, las audiencias infantiles prefieren la televisión de pago, entre quienes acceden a este servicio, ya que es una oferta segmentada, específica para tramos etarios y amplia.

Sin embargo, cabe considerar que este tipo de televisión no es gratuita y que una importante cantidad de niños no puede acceder a ella. Esta falta de acceso es especialmente notoria en regiones como la Araucanía, donde 48,8% de los encuestados no tiene cable ni satélite y en la Región Metropolitana donde se encuentra la capital, donde la cifra alcanza 42,2% (CNTV, 2015a, p. 36)

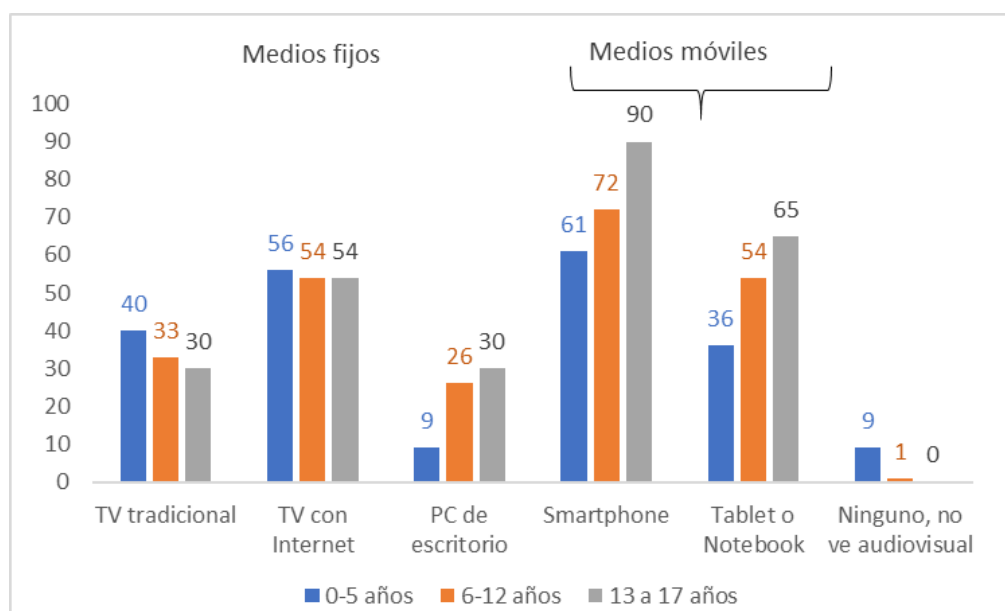
Existe una desigualdad en el acceso a la programación infantil: Los niños y las niñas de hogares pertenecientes a los quintiles más pobres del país, al no disponer de televisión de pago, poseen menor acceso a la diversidad de programas infantiles (CNTV, 2015b, p. 17).

Según datos de la Subsecretaría de Telecomunicaciones, Subtel el acceso a la red en el país ha aumentado hasta llegar a 72% de los hogares en 2015. Se estima que existen 11.3 millones de conexiones de Internet móvil. Respecto de la Internet fija, hay 2,83 millones de conexiones residenciales y comerciales y la totalidad de ellas (97,2%) cuenta con una velocidad de 1 Mbps (web Subtel, www.subtel.gob.cl).

Los jóvenes entre 16 y 25 años son quienes lideran el uso de la red. El 25,8% ve contenidos audiovisuales por la red; un 24,9% ha subido algún audiovisual propio a la web y suelen comentar, analizar y recomendar programas a través de las redes sociales (CNTV, 2014a, p. 37). Entre las motivaciones principales para descargar material audiovisual por Internet, las audiencias destacan la flexibilidad de tiempo y la definición de su propio menú televisivo.

Los niños menores de 13 años también tienen un consumo activo de la multipantallas. Mientras 70% de los hogares con niños consumen películas, programas y series en TV abierta y de pago, 9% lo hace a través de páginas de Internet. Emerge un nuevo tipo de televisión de pago: suscripciones vía Internet, sobre todo en el grupo ABC1 y en adultos de 26 a 35 años (CNTV, 2014a, p. 15).

Una encuesta *online* realizada por CNTV (2019c, p. 9) a padres con hijos menores de 17 años en todo el país proporciona datos comparativos sobre el consumo de audiovisuales que niños y niñas realizan de medios fijos como la TV tradicional, TV con Internet y PC fijo y móviles, como *Smartphones*, tabletas y *notebooks*. Se constató que la TV tradicional pierde centralidad si se la compara con medios móviles, que serían los más usados para ver contenidos audiovisuales. Los Smartphones serían los medios más utilizados por todos los subgrupos etarios (0-5 años, 6 a 12 años y 13 a 17 años): el 61% de los más pequeños los usaría, así como el 72% del segmento entre 6 y 12 años y un 90% de los mayores. La televisión es más vista por los niños menores de 5 años (40%) y el visionado disminuye al 30% de los mayores de 13 años. La TV con Internet tiene un uso similar en los grupos de todas las edades. El PC de escritorio es significativamente menos utilizado por niños menores de 5 años (sólo 9% lo declara). También existe un importante consumo audiovisual en Tablet y notebook, que aumentan según crecen los niños y niñas: 36% en el segmento menor de 5 años, 54% en los menores de entre 6 y 12 años y 65% en los mayores de 17. Es destacable que los padres señalen que sólo 9% de los menores de 5 años no ven audiovisuales, así como sólo 1% de los niños y niñas entre 6 y 12 años. Entre los padres de chicos de entre 13 y hasta 17 años, ninguno declaró que no vean audiovisuales por algún dispositivo.

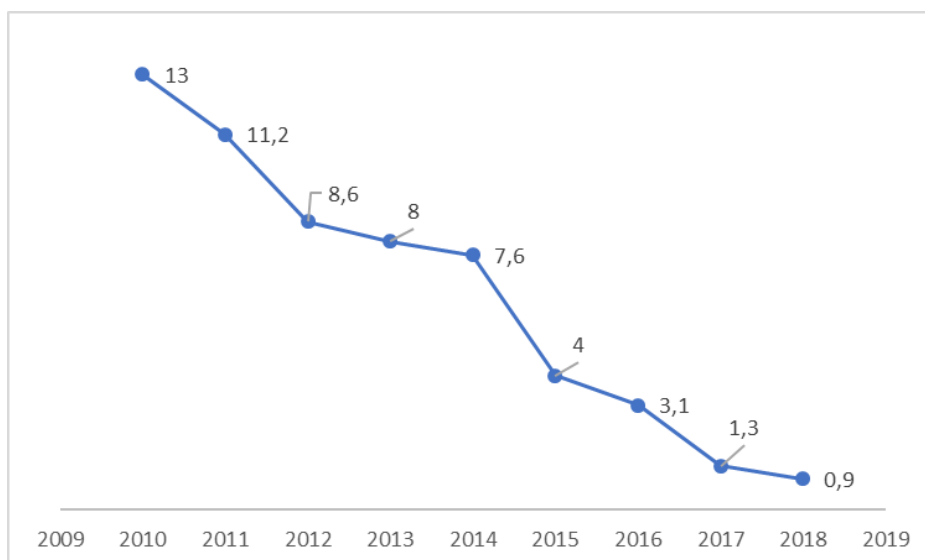
Figura 11. Dispositivos en los que niños y niñas ven audiovisuales, según edad

Fuente: Elaboración propia con datos CNTV, 2019c.

A lo largo del tiempo, la Encuesta Nacional de Televisión muestra que parte importante de los niños realiza simultáneamente el uso de las pantallas: se informa mediante redes sociales, como Twitter y Facebook, ve programas en Internet, chatea, juega en línea o visita páginas web mientras ve la televisión. Así, tienen una actitud mucho más participativa frente a los medios de comunicación, a la vez que se encuentran más expuestos a contenidos inadecuados para ellos.

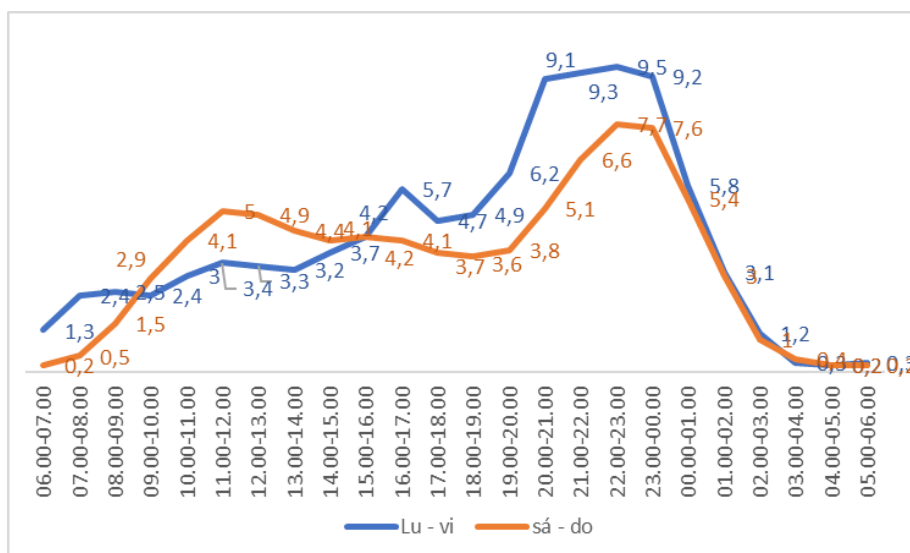
- En televisión abierta la oferta de contenidos infantiles es escasa. Los niños consumen formatos inadecuados, tanto en el horario de protección al menor, como en el horario para adultos.

Tal como señala el Anuario estadístico de oferta y consumo de televisión 2018 (CNTV, 2019a, p. 43) los programas diseñados y dirigidos a público infantil, que en 2010 eran el 13% del total de horas emitidas, cayeron progresivamente hasta llegar a su nivel más bajo en 2018: sólo 0,9% del total de contenidos emitidos, equivalentes a 413 horas. Más detalladamente, sólo 0,1% del total de horas de la programación están dirigidas al público preescolar, apenas 0,7% para niños entre 6 y 12 años y 0,05% a adolescentes (CNTV, 2019a, p. 42).

Figura 12. Oferta de programación infantil 0 a 12 años, 2010 – 2018

Fuente: CNTV, 2019a.

Considerando que en Chile existe un horario de protección infantil entre las 6 horas y las 22 horas, los niños y niñas entre 4 y 12 años ven televisión mayoritariamente entre las 20 y las 00:30 horas (CNTV, 2019a, p. 5).

Figura 13. Consumo televisivo infantil, según hora, semana y fin de semana

Fuente: CNTV, 2019a.

Asimismo, la falta de contenidos específicos para la infancia se traduce en un consumo de géneros y programas destinados a público adulto. Los géneros televisivos más vistos por los niños entre 4 y 12 años son las telenovelas (25,9%), informativos (21,9%) y misceláneos (19,8%). (CNTV, 2019a, p. 5). La telenovela programada entre las 18 y las 21 horas suele ser un programa de corte familiar, en el que sin embargo se tratan las temáticas propias del melodrama. Los géneros televisivos más vistos son

Al respecto, los principales programas que componen este bloque horario durante la semana corresponden a programas de *ficción (principalmente Telenovelas)* e *Informativos* donde destacan como los más vistos por los menores de edad durante el año 2015 fueron: *Ahora Noticias* y *CHV Noticias*, seguido de *Las Mil y Una Noche* y *Morandé con Compañía* ambas transmitidas en el bloque horario de 22:00 a 01:59 horas el segundo género más visto por los niños entre 4 y 12 años (23,5%) (CNTV, 2016c, p. 59).

El consumo infantil de noticieros, como el de las telenovelas se asocia a un consumo familiar de la televisión en el horario de la cena, lo que sin embargo no se corresponde con los contenidos de estos programas. Entre los programas mencionados, está *Morandé con Compañía* que es un espacio de humor para adultos, por lo que es claramente inapropiado para niños de 4 años.

La disminución de la oferta de contenidos destinados al público infantil en la TV abierta significa que los niños de familias de menos recursos económicos que no pueden costear la televisión de pago vean contenidos inadecuados o no especialmente destinados a ellos (CNTV, 2015a). Cabe considerar que los estándares de calidad no apuestan a que la televisión reemplace otras instancias del desarrollo de los niños. Mas bien, como dice Tonucci (2004):

No quiero una televisión mejor si ello sirve para permitir que los padres dejen aún más tiempo a sus propios hijos en brazos de esta cómoda *canguro*, seguros entonces de que verán sólo buenos programas. Busquemos la manera, en cambio de que los niños puedan pasar el tiempo libre jugando con sus amigos fuera de casa y que en ese caso habrá alternativas y valdrá la pena luchar por una buena televisión para chicos. Que pueda suceder que entre amigos que están jugando libremente alguien diga: ¡Hoy es jueves, son las cinco, volvamos a casa ver ese programa, merece la pena! (p. 66).

- La oferta de contenidos para niños y niñas en TV abierta es poco diversa, de allí que exista una demanda social por contar con programas mejores y más variados para la infancia.

En 2007 el *International Central Institute for Youth and Educational Television* (IZI) y la Fundación *Prix Jeunesse* realizó un estudio centrado en los contenidos de libre recepción en la televisión infantil en el mundo, a partir de una muestra de contenidos de 24 países de los cinco continentes (Argentina, Brasil, Canadá, Cuba y Estados Unidos en América; Australia y Nueva Zelanda en Oceanía; Austria, Bélgica, Alemania, Gran Bretaña, Hungría, Países Bajos, Noruega, Eslovaquia en Europa; Sudáfrica, Egipto y Kenia en África; Hong Kong, India, Israel, Siria, Malasia en Asia).

La muestra analizó 9207 programas. En cuanto a géneros programáticos, 69,2% de los programas analizados correspondieron a ficción (Götz et al., 2008, p. 4). Dentro de esta categoría, el 83,9% los programas corresponden a espacios de animación. El estudio refleja la diferencia de contenidos entre los canales públicos y privados: por ejemplo, las señales públicas emiten una mayor cantidad de programas de documentales, contenidos educativos y menos de ficción (Götz et al., 2008, p. 6).

En cuanto a la procedencia de los programas de ficción, 77,1% de los contenidos son de procedencia extranjera, mayoritariamente de Estados Unidos (60%) y de Europa (28%). Respecto de la representación de género, que fue el foco de este estudio, se detectaron tendencias como la abrumadora mayoría de presencia de personajes masculinos, que duplican a los femeninos. Esos personajes masculinos son mayoritariamente caucásicos, incluso en países de gran diversidad étnica. Las niñas, por su parte, rara vez ejercen un rol de liderazgo en solitario. Respecto de su apariencia, mayoritariamente son rubias y colorinas y mucho más delgadas que los hombres (Götz et al., 2008, p. 49).

Los programas para niños de la TV generalista en Chile son homogéneos. La mayoría de ellos corresponden a series y miniseries, 80% de ellas destinadas a adolescentes, 56,2% a niños entre 6 y 12 años y 53,3% a párvulos. Cabe destacar que el género instruccional-formativo sólo es relevante en el grupo de menores de 6 años, correspondiendo a 46,5% de la oferta destinada a ese grupo etario (CNTV, 2016c, p. 49).

En 2012, el CNTV realizó un análisis de contenido a los programas de TV infantil abierta. En este estudio se constató que la oferta para los párvulos es adecuada, ya que en 66% los programas son educativos y además no presentan violencia. Sin embargo, 38% de los espacios infantiles para niños mayores de 6 años presentaban conductas disruptivas, definidas por el estudio como «conducta irrespetuosa, irresponsabilidad, deshonestidad, egoísmo, etc. que no reciben ningún castigo o corrección explícita y clara» (CNTV, 2015b, p. 29). El estudio también incluyó el análisis de violencia física y verbal en los espacios nacionales y extranjeros, presentes en la televisión abierta, con interesantes resultados:

Al observar los programas que presentan violencia física o verbal, éstos son principalmente de procedencia extranjera y no nacional. Esto también es resultado del incentivo que existe para la producción nacional, el que parece asegurar contenidos apropiados para esta audiencia.

El 65% de las audiencias encuestadas en 2017 (considerando sólo a aquellos hogares donde hay niños de 13 años o menos) manifiestan su acuerdo con la necesidad de contar con más programación infantil en la TV abierta, ya que es gratis y cubre todo el país (CNTV, 2017c, p. 41). Por otro lado, la diversidad de canales es un atributo que 46% de los encuestados valora positivamente de la televisión por cable (CNTV, 2016a p. 18).

- La mayoría de los programas infantiles en TV abierta provienen del Fondo CNTV. Son muy bien valorados por las audiencias, en especial por los grupos más vulnerables.

Respecto del promedio de horas de consumo de TV abierta en 2017 (813 horas), los programas del Fondo serían sólo 2.13 horas, equivalentes a 0,26%, según datos del CNTV (2018, p. 14). En general, la ciudadanía valora positivamente el aporte del Estado a la generación de contenidos televisivos de calidad, así lo declara el 62% en la medición 2017, versus 68% en la Encuesta 2014 (CNTV, 2017c, p. 51).

En su categoría infantil el Fondo del CNTV subvenciona 40,1% de este tipo de programación presente en la pantalla en 2014. Respecto de los contenidos infantiles en TV abierta, el 64% de los contenidos para niños emitidos fueron financiados a través de este mecanismo. (CNTV, 2019a, p. 5).

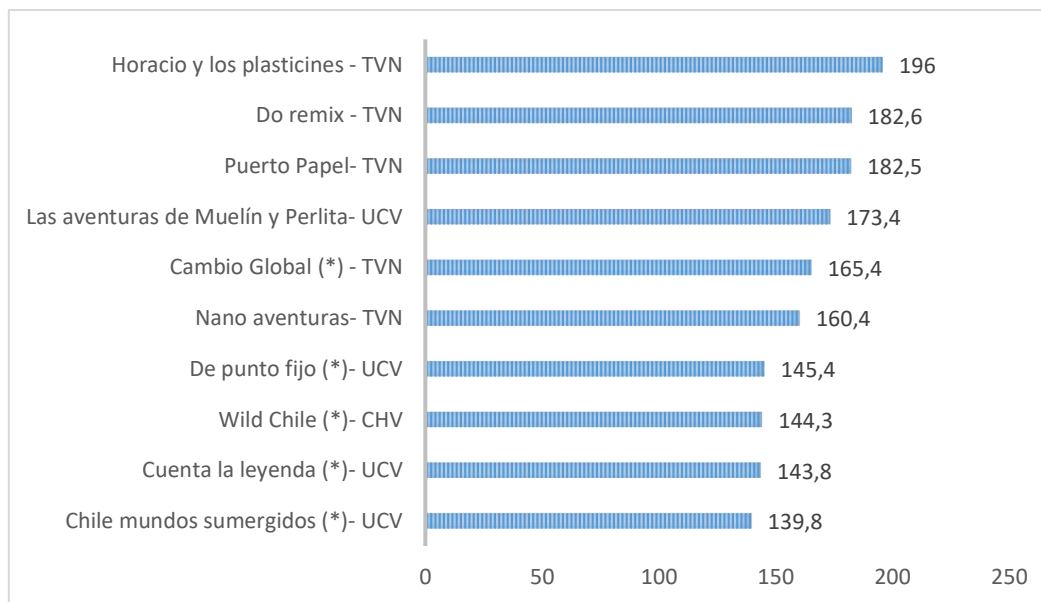
Tabla 30. Rating de programas infantiles Fondo CNTV, 2017					
Base hogares=648 y personas =2.086					
Programa	Canal	Hogares		Individuos	
		Rating	Nº	Rating	Nº
Do Remix	TVN	2.9	62.454	0.9	64.426
Nano aventuras	TVN	1.3	28.201	0.5	36.243
Horacio y Los Plasticines	TVN	1.3	275.07	0.4	28.237
Puerto Papel	TVN	1.2	27.043	0.5	32.512
Las aventuras de Muelín y Perlita	UCV-TV	0.6	12.990	0.2	15.566
Vida Conciencia	UCV-TV	0.3	7.227	0.1	8.512
Mentes brillantes	UCV-TV	0.3	6.876	0.1	7.861
Bartolo	UCV-TV	0.3	6.144	0.1	5.543
Chile suena	UCV-TV	0.2	4.830	0.1	5.596

Fuente: CNTV, 2018b.

Según el estudio realizado por el CNTV (2018, p. 24) respecto de los programas premiados por el Fondo CNTV y emitidos en TV Abierta, se consideró la afinidad de dichos contenidos respecto de su público objetivo. Esta cifra se calcula con la división entre el rating en un público determinado, con el rating general obtenido por el programa. El estudio destaca el aporte de los contenidos premiados por el Fondo en los grupos socioeconómicos de menores ingresos (D) y la relevancia de los contenidos infantiles generalmente ausentes en la oferta televisiva abierta:

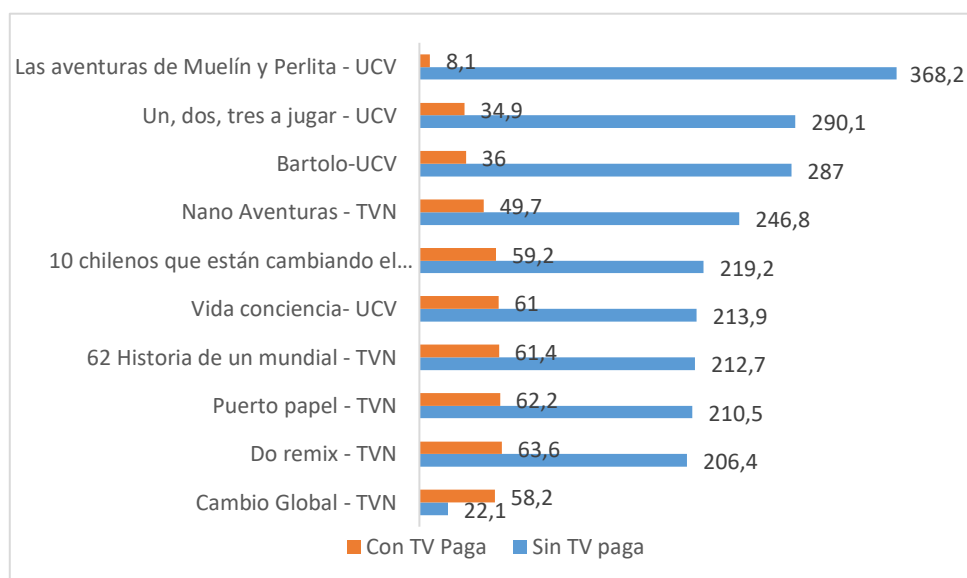
En el caso de los hogares del segmento D –el de más bajos recursos que mide el estudio– entre los programas con mayor afinidad destacan de forma notoria los destinados al público infantil: *Horacio y Los Plasticines*, *Puerto papel*, *Las aventuras de Muelín y Perlita*, *Nano aventuras* y *Cuenta la leyenda*.

Esto último resulta de especial importancia, dada la casi total desaparición de la programación infantil de la TV abierta, que afecta en mayor medida a estos sectores que tienen menor acceso a otras ofertas televisivas: televisión de pago o servicios de *streaming*.

Figura 14. Programas familiares Fondo CNTV con mayor afinidad hogares, grupo D

Fuente: CNTV, 2018a.

La medición de afinidad también se realizó respecto de los hogares con y sin acceso a la televisión de pago. La Figura 15 destaca los diez programas que tienen mayor afinidad en los grupos sin acceso a la televisión de pago y en contraste el nivel de afinidad de esos programas en hogares que cuentan con TV por cable o satélite. Se evidencia que la mayor afinidad se logra en grupos que no pueden disfrutar de los canales que ofrece la televisión segmentada, con afinidades que van sobre 206 y hasta 368, versus 8.1 y 63.6 de los hogares con TV de pago. Respecto de los contenidos con mayor afinidad, nuevamente destacan los programas infantiles como *Las aventuras de Muelín y Perlita*; *Un, dos, tres a jugar*, *Bartolo*, *Nano aventuras* y *Puerto Papel*.

Figura 15. Programas con mayor afinidad en hogares con y sin TV paga

Fuente: CNTV, 2018a.

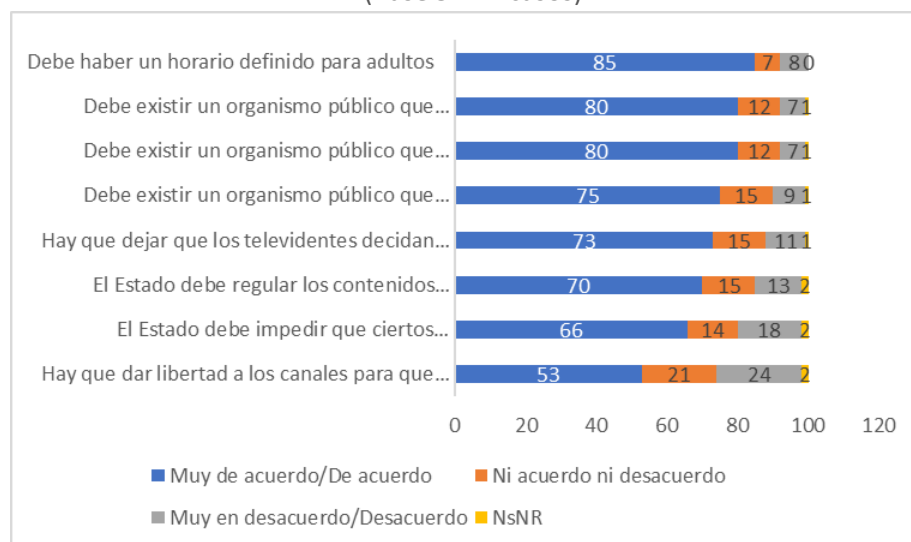
- Las familias tienen una actitud favorable respecto de la regulación del Estado y del control parental frente al consumo que niños y niñas hacen de las pantallas.

La facilidad que tienen los niños para encontrar contenidos disruptivos en pantalla y especialmente en las multipantallas, es un tema de creciente preocupación. Así, el 79% señala que es fácil o muy fácil que niños y niñas vean programas para adultos en las páginas web de los canales nacionales en cualquier horario. Y el 76% de encuestados manifiesta que es fácil o muy fácil que los niños vean videos o imágenes que no se exhiben en canales nacionales, como suicidios, asesinatos o promoción de la anorexia (CNTV, 2017b, p. 43). La ciudadanía reconoce la importancia de contar con una orientación para que las personas puedan evaluar los contenidos de la TV, así lo señala el 55% de las personas consultadas en la IX ENTV (CNTV, 2017c, p. 44). Mayoritariamente consideran que ese rol cabe a la familia (81%), al Estado a través de la función de supervisión y fiscalización que desarrolla el CNTV a la televisión abierta y de pago, (48%) y en menor medida el ámbito escolar (35%) y las organizaciones sociales (21%).

La teleaudiencia espera que la televisión sea regulada, en horarios y contenidos, en especial, resguardando algunos valores como la dignidad, la formación de niñas y niños y la diversidad. Sin embargo, esta actitud convive con una más liberal que propone que las propias personas decidan (CNTV, 2017c, p. 48).

En los resultados de la Encuesta Nacional de 2017 nuevamente se aprecian cierto consenso social respecto de la regulación del medio televisivo. El 85% de entrevistados considera que debe existir un horario definido para la programación televisiva destinada a los adultos (85%). Además, el 80% de encuestados concuerda con que debe existir un organismo público que cuide que la televisión respete la formación de niños, niñas y jóvenes y el 70% considera que el Estado debe regular los contenidos televisivos (CNTV, 2017c, p. 48)

Figura 16. Nivel de acuerdo y desacuerdo con afirmaciones acerca de la TV
(Base 5.424 casos)



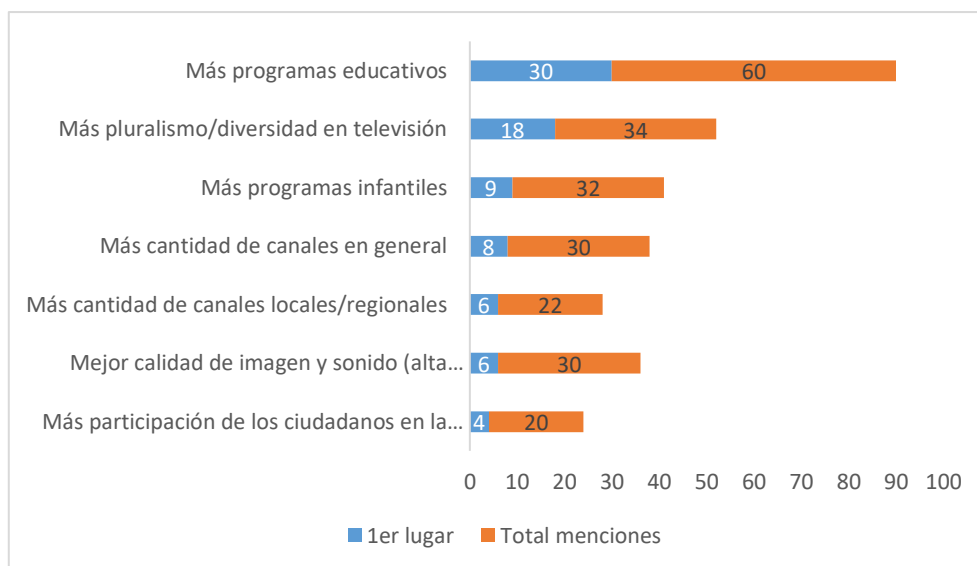
Fuente: CNTV, 2017c.

- El futuro escenario digital y la posibilidad de tener un canal específico para niños y niñas son percibidos como una buena oportunidad.

El 21% señala que debiese existir un canal público de TV abierta exclusivo para niños y niñas (CNTV, 2017c, p. 41). Este es un tema cuyo debate político se encuentra abierto y en discusión, a partir de la recapitalización de TVN y la asignación de recursos para financiar el canal educativo-tecnológico y cultural. Uno de los puntos en discusión es el financiamiento que debiese tener una iniciativa de este tipo: mientras 55% considera que debe ser financiado por recursos estatales, 19% estima que no debiese crearse esta señal educativo cultural. Llama la atención que 17% de la audiencia esté abierta a aportar a través de una cuota a la financiación de esta señal de manera exclusiva (5%) o en conjunto con el Estado (12%) (CNTV, 2017b, p. 54).

Las audiencias desconocen de qué se trata la TV Digital. Sólo el 36% de los encuestados sabe de qué es. Pese a ello, existen expectativas respecto de las posibilidades que esta tecnología tendría para la calidad y diversidad de la televisión, incluyendo los contenidos infantiles. Entre las aspiraciones, lo más mencionado es el incremento en la programación educativa, En segundo lugar, las audiencias mencionan mayor pluralismo y diversidad en la televisión. El tercer lugar lo ocupan los canales infantiles (CNTV, 2017c, p. 56). Así se refleja en el gráfico siguiente:

Figura 17. Expectativas respecto de la TV Digital



Fuente: CNTV, 2017c.

II. NOVASUR, TELEVISIÓN INFANTIL Y EDUCATIVA

2.1. NOVASUR COMO TELEVISIÓN ESCOLAR 2000-2009

Novasur surge a partir de una iniciativa del Consejo Nacional del Chile, ante la ausencia de TV educativa en el país que pudiera asemejarse a los modelos internacionales, como TV Escola de Brasil, *PBS* norteamericano o *Cable in Classroom* de Canadá. Como señala la ex presidenta del CNTV Patricia Politzer en el prólogo del libro *Televisión y Educación en tiempos de globalización y convergencia tecnológica* (Martínez & Souza, 2004, p. 7):

En el año 2000 se estableció una línea de trabajo permanente destinada a fomentar la televisión educativa, como un instrumento capaz de utilizar el enorme potencial de la televisión en beneficio directo del sistema educacional. De esta forma, el CNTV no sólo profundiza la discusión sobre la responsabilidad social de la televisión, sino que además realiza una contribución relevante al mejoramiento de la calidad y la equidad en la educación chilena. Sin duda la expresión más significativa de esa línea de trabajo es el establecimiento del canal educativo Novasur, que, gracias al esfuerzo conjunto del Estado y del sector privado, está aportando a la educación en tres planos estratégicos: contenidos audiovisuales pedagógicos, aprendizaje de los alumnos y capacitación de profesores.

Esta inspiración tuvo relación con el fenómeno de las reformas educacionales implementadas bajo los gobiernos de los presidentes Eduardo Frei (1994-1998) y Ricardo Lagos (2000-2006) para el mejoramiento de la calidad y la equidad de la educación. Para ello se tomaron medidas como la modificación del currículum escolar mediante la actualización de los Programas de estudio, por ejemplo, incorporando las llamadas nuevas tecnologías. Se realizaron importantes avances en infraestructura, se

creó la Jornada Escolar Completa para asegurar la permanencia de los niños en las escuelas en un horario más extendido. Incluso a través de una reforma constitucional se impuso la escolaridad obligatoria de 12 años.

La presencia creciente de la TV por pago y satélite en los hogares también fue un factor que posibilitó el desarrollo de un proyecto como Novasur, al igual que el incipiente desarrollo de la informática educativa, asociada al Programa Enlaces del Ministerio de Educación chileno. Pese a estos avances, las escuelas sufrían la escasez de recursos financieros y pedagógicos. La llegada de la televisión educativa fue vista como una novedad, con desafíos tecnológicos (como la instalación de la televisión por cable y satélite, el uso del VHS y la descarga de los materiales pedagógicos a través de Internet) y también como un reto de la formación de los profesionales en las escuelas.

Los objetivos fundacionales de Novasur, según señalan Souza y Suit (2004, p. 20) eran los siguientes:

1. Poner a disposición de docentes y alumnos de enseñanza básica y media, material audiovisual educativo de alta calidad técnica y pedagógica, destinados a apoyar el proceso de enseñanza aprendizaje en las áreas curriculares, tales como: ciencias, lenguaje, humanidades y arte;
2. Apoyar el uso convergente de la TV e Internet en los procesos pedagógicos;
3. Apoyar el uso eficiente y pertinente de la Programación de Novasur en los procesos de enseñanza aprendizaje; de acuerdo a realidades particulares de cada región, comuna y establecimiento.

Como se señaló anteriormente, es posible distinguir al menos dos grandes etapas en el desarrollo de Novasur, caracterizadas por el mencionado tránsito de una televisión con énfasis educativo – escolar a un modelo más cultural-educativo. La primera, entre los años 2000 y el 2009 y la segunda entre 2010 y 2017. La primera fase se desarrolla entre el inicio del proyecto hasta el año en el que abre su foco más allá del aula.

El Programa Novasur, comienza con un piloto el año 2000, en la que se implementó en 100 establecimientos urbanos y rurales de la región de O'Higgins. Se dotó a las escuelas de conexiones a la televisión por cable y satelital y se capacitó a docentes de cada unidad educativa para grabar (con tecnología VHS), almacenar y rotular la programación. Cada mes se emitían diez horas de programación originales divididas en dos horas diarias de emisión, de lunes a viernes. Este sistema pretendía lograr que las escuelas grabaran sus videotecas para educación básica y media. Souza, Montenegro, Oyanedel, García y Del Carril (2010, p. 110) explican el aporte de Novasur como televisión escolar.

Sin lugar a dudas, el programa Novasur es una iniciativa relevante y significativa en Chile, que busca, selecciona, produce programas que se ajusten al marco curricular de la reforma educacional, para luego asociarse con canales abiertos y de cable para emitirlos en distintos horarios, con el objetivo que los docentes los utilicen en el aula y trabajen con sus alumnos.

El modelo de gestión de la primera etapa era mixto: público y privado. Según Souza, et al., 2010, p. 115:

Novasur es sin duda la experiencia más relevante desde el Estado —en conjunto con socios estratégicos— sobre cómo aprovechar la televisión en las actividades educativas y cuenta con una gran legitimidad en las escuelas. Esta experiencia puede constituir una posibilidad de «educar» a los futuros televidentes, con el fin de contar con una audiencia más exigente en el plano intelectual y formativo, frente a la programación y productos de la televisión.

En el ámbito público, el proyecto fue siempre coordinado por Consejo Nacional de Televisión «quien brinda los recursos necesarios para la dirección operativa, garantiza las tareas de coordinación en la preparación de los materiales educativos y aquellas correspondientes a las áreas técnica pedagógica, comunicacional y de gestión que requiere la realización de este proyecto» (Martínez, 2004, p. 121). En el ámbito privado colaboraban distintos tipos de organizaciones: corporaciones privadas sin fines de lucro, como la Fundación Andes y la Fundación Chile y empresas (como VTR, SKY, ambas operadoras de televisión, por cable y satélite, respectivamente). Ambas compañías eran las encargadas de transmitir la programación. A lo largo de los años colaboración otras instituciones como la Fundación Felipe Herrera, la Corporación Pro-O'Higgins, Televisión Nacional de Chile (cuyo aporte era subir los contenidos al satélite), REUNA, Direct TV, UNICEF, entre otras.

Novasur es el primer canal educativo chileno con programación audiovisual ajustada al marco curricular de la reforma educacional, especialmente destinada a ser utilizada en aula por el profesor. La misión original de Novasur era «contribuir a la promoción social y cultural y educacional de la población chilena con énfasis en el mejoramiento de la calidad y equidad de la educación, a través de un uso convergente de Televisión e Internet en sistema escolar» (Martínez, 2004, p. 121).

El modelo de operación del programa se definía por sus tareas y funciones:

- Producción y transmisión de la señal educativa Novasur. A través de un Área de Contenidos se selecciona, compra, produce, coproduce y se reciben donaciones de audiovisuales adecuados para su uso en el aula. Se establecen ciertos criterios temáticos, por ejemplo, la correspondencia con las bases curriculares vigentes para Educación Básica y Media, establecidas por el Ministerio de Educación. Asimismo, se programan contenidos cuya duración no supera los 20 minutos, pensados para ser utilizados por el profesor en clases. En una primera etapa, la programación no tiene continuidades, ni spot, ni cápsulas informativas, sólo un aviso con el programa siguiente, indicando la duración, nivel y asignatura para que los establecimientos educacionales pudieran programar la grabación en VHS.
- Entrega de material complementario a través del sitio web de la señal Novasur. Desde el inicio del proyecto Novasur fue pensado en convergencia con Internet. Inicialmente el portal web fue usado como el repositorio de los materiales complementarios (guías pedagógicas) y de los audiovisuales posibles de compartir a través de la red.

- Capacitación y asistencia técnica a docentes para la implementación del programa de televisión educativa Novasur en los establecimientos educacionales. Asimismo, desde sus inicios el Programa incluyó la capacitación de docentes, directivos, comunidad educativa y estudiantes. En los primeros años estas capacitaciones se orientaban fundamentalmente a facilitar la implementación del programa (con el debido seguimiento a ese proceso) y a posicionar a la televisión como recurso pedagógico. En un segundo momento se capacitó a los docentes en el modelo de uso de Novasur y en el uso del Portal de Internet.

La programación educativa de Novasur se caracterizó en esta fase por su énfasis curricular. Se transmitía de lunes a viernes dos horas diarias, 10 meses del año, coincidentes con el calendario escolar. Existía una *franja programática curricular* con estrecha relación con los Planes y Programas del MINEDUC y otra *franja complementaria*, con contenidos que pueden ser usados en más de un nivel y sector de aprendizaje y con una función motivacional. En 2003 se incluye una tercera *franja abierta* que incluye experiencias docentes, interculturalidad y otros temas (Suit & García, 2004).

Si bien en el año 2000 los contenidos eran en su totalidad extranjeros y más bien del área de ciencias, poco a poco fue ampliando sus temáticas a Historia, Biología, Artes. También la programación se fue dotando de audiovisuales de carácter nacional gracias a la producción propia y a las coproducciones con otras instituciones, los que llegan a ocupar 50% de la programación en 2010. Hasta ese año, una de las metas del Programa era aportar contenidos para ámbitos prioritarios fijados por MINEDUC en lenguaje y matemáticas.

En términos de cobertura, el año 2001 Novasur se amplía a la región de Valparaíso y en 2002 a las regiones de Coquimbo y de Los Lagos. Ese el año por primera vez Novasur cuenta con un presupuesto propio, como Programa Presupuestario del Estado. Ese mismo año, el CNTV, VTR y la Fundación Chile ejecutan un proyecto FONDEF (Fondo de Fomento al Desarrollo Científico y Tecnológico) para el desarrollo de un portal web y un modelo de uso. El modelo propuesto sugería que la televisión en el aula debía utilizarse de acuerdo con 4 criterios para garantizar su mayor impacto educativo:

- *Uso Planificado.* Se busca utilizar la televisión educativa de manera planificada en todos los niveles: desde el proyecto educativo de cada escuela hasta el uso en aula, a partir de los Planes y Programas diseñados por del Ministerio de Educación. La planificación implica la selección del audiovisual, su visionado, forma de uso en la clase, generación de actividades y formas de evaluación de los aprendizajes.
- *Uso sistemático.* Se sugiere que el uso de la televisión educativa sea pertinente a la planificación, sin saturar a los estudiantes con el recurso y sin que por esporádico pierda significación.
- *Uso Convergente.* En dos formas: *convergencia de medios* que sitúa al audiovisual como un recurso más dentro de los que docente dispone, como Internet, visitas a terreno, lecturas, etc. *Convergencia de sentidos* que propone que todos los medios utilizados tiendan a reforzar los aprendizajes.

- *Uso Interactivo.* Se usa la palabra interactivo en el sentido de conversacional o dialógico, tendiendo a la discusión grupal de los contenidos audiovisuales, la generación de tareas reflexivas y expresivas, más que a trabajos individuales.

Desde sus inicios Novasur fue planteado como un proyecto convergente en el uso de televisión e Internet: por un lado, la emisión de contenidos vía televisiva y por otro, la posibilidad de acceder a contenidos *on demand* y a los materiales complementarios pensados para el aula.

Otro de los aspectos distintivos del programa fue su inicio descentralizado, partiendo su operación en regiones y evitando la capital. El año 2004 se incorporaron al Programa las Escuelas Orígenes, pertenecientes a este Programa Intercultural Bilingüe para los pueblos originarios de Chile, que se desarrollaba en las regiones del Bío-Bío, Araucanía y de Los Lagos. En 2005 comienzan las transmisiones en la capital. Al año siguiente Novasur ya tiene presencia en las regiones Primera, Segunda, Cuarta, Quinta, Sexta, Octava, Novena, Décima, Décimo Primera y Metropolitana. En el año 2007 Novasur alcanza presencia en todas las regiones del país, con un total de 1.150 unidades educativas adscritas. Ese año por primera vez se incorporan los Jardines Infantiles pertenecientes a la Junta Nacional de Jardines Infantiles, JUNJI, por lo que se incluyen en la programación contenidos para el nivel de Educación Parvularia, contenidos en las Bases curriculares del nivel.

En el plano tecnológico, con la masificación de los DVD se acabó el sistema de grabación de las videotecas en cada unidad educativa con VHS. Las videotecas empezaron a llegar a los establecimientos a través de estos discos. El año 2008 se amplían las transmisiones a través de un convenio para la emisión de contenidos por de las pantallas de los canales de televisión abierta regional, reunidos en ARCATEL.

2.1.1. Materiales educativos: las guías pedagógicas

Desde sus comienzos el programa desarrolló materiales complementarios para vincular los audiovisuales con las bases curriculares vigentes. Las *guías pedagógicas* eran la vinculación directa de un programa con un curso y nivel y las *fichas* eran los documentos que describían programas dedicados a la formación docente o contenidos con una relación más laxa con los contenidos escolares. Las guías pedagógicas incluyen los siguientes apartados:

Descripción. El encabezado del documento identifica de forma gráfica si un contenido es de Educación de Párvulos (identificado con la letra P), Educación Básica (B) o Enseñanza Media (M). En un recuadro se señala la *asignatura*, *curso* y *duración*. En el sector izquierdo se relata brevemente el contenido del programa, identificando si es ficción o no ficción, así como los temas tratados y las características de los protagonistas.

Sugerencias para la planificación educativa. Esta sección explicita la vinculación del Programa con las bases curriculares a través de una descripción de la relación del audiovisual con las bases curriculares, según la asignatura y el curso que se trate. Se explicitan los *objetivos de aprendizaje transversal* y los *objetivos de aprendizaje* asociados al tema.

Enlaces. Se presentan vínculos que contienen información relacionada con el tema tratado por el programa. Los sitios web sugeridos son en su mayoría educativos. La propuesta de enlaces externos refuerza la *convergencia de medios*, es decir el uso de recursos educativos variados como libros, material concreto, salidas a terreno, para conseguir el logro de los aprendizajes y el uso de otras tecnologías de la información.

Vocabulario. Se presenta un listado de palabras que es preciso tratar con las audiencias antes del visionado del programa.

Sugerencias didácticas. Se proponen determinadas actividades para realizar en tres momentos específicos del visionado en el aula, por cierto, ellos están trabajados desde una perspectiva constructivista y dialógica y dependen de la duración de los programas y la edad de los estudiantes: *Antes de ver el programa.* En general se sugiere en este momento contextualizar el uso del programa con los contenidos curriculares de la asignatura, el objetivo de ver ese material audiovisual en específico, comentar lo que se verá, la duración del programa, características del visionado (una sola vez o varias veces, en forma completa o pausada, etc.) y destacar algunos elementos sobre los cuales se espera que los estudiantes presten atención. *Mientras ven el Programa.* Se propone que se realice alguna pregunta, se pause el video o bien se entregue una pauta para apoyar los temas que se desean enfatizar en los objetivos de aprendizaje. *Después de ver el programa.* Se sugiere comentar con el grupo qué les parecieron los contenidos, si les gustó, qué elementos les llamó la atención, cómo ellos se vinculan con el tema y la asignatura.

Educación en Medios. Desde 2012 se incorpora esta dimensión en las guías pedagógicas en las que se propone incorporar al menos dos preguntas que permitan dialogar respecto de elementos del lenguaje audiovisual, sobre una de las dimensiones propuestas por el *Center for Media Literacy* (2003): Autor, Mensaje, Audiencia, Propósito y Formato. El objetivo de estas preguntas es instalar desde el uso pedagógico el visionado y la reflexión crítica de los audiovisuales. En cada guía pedagógica se formulan dos preguntas referidas a uno de estos aspectos vinculadas con el programa específico y de acuerdo con la edad del público destinatario.

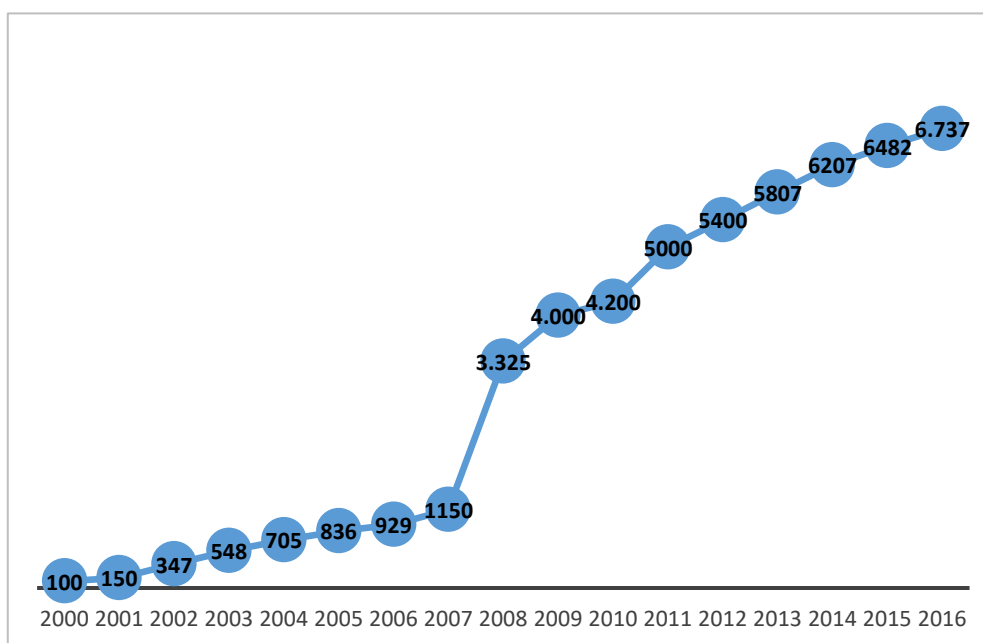
2.2. NOVASUR COMO ÚNICA OFERTA PÚBLICA DE TELEVISIÓN INFANTIL

La segunda etapa comienza el 2010, a una década del inicio del Programa. El panorama educativo había cambiado desde la falta de recursos financieros de las escuelas a un mayor acceso a los mismos. Como es posible ver en los informes realizados por el MINEDUC, los aportes de la Subvención Escolar Preferente son determinantes en el aumento del gasto público en educación por cada estudiante.

Al revisar las tendencias, en educación escolar se aprecia un aumento en la participación de la inversión pública entre los años 2005 y 2013 pasando desde un 70% a un 78%, mientras que el promedio de la OCDE se mantiene estable en el período, esto debido a que el año 2008 se crean políticas como la Subvención Escolar Preferente, SEP (MINEDUC, 2016, p. 4).

Las tecnologías también han evolucionado, así como la penetración de Internet en las escuelas y en los hogares. En términos de infraestructura, las tasas de computadores por alumno son iguales al promedio de los países de la OCDE (4,7%) (MINEDUC, 2015, p. 17). En el año 2009 se realiza el Primer Censo de Informática Educativa que consultó a más de 130 mil personas en 9.260 escuelas y liceos del país, con el objetivo de reflejar el «grado de desarrollo de las condiciones de infraestructura, capacidades humanas, de gestión y uso de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en los establecimientos educacionales» (MINEDUC, 2012, p. 1). El estudio constata las brechas existentes, primero en la infraestructura computacional versus el acceso y uso de la red. Y una segunda brecha entre los establecimientos públicos (municipales), los particulares con subvención estatal y los particulares pagados. Por ejemplo, respecto del acceso y calidad de la conexión a Internet: mientras 88% de los establecimientos pagados tienen acceso a banda ancha, sólo 45% de los públicos cuenta con ella (MINEDUC, 2012, p. 2). Asimismo, 59% de los establecimientos públicos se encuentra en un nivel de uso incipiente, mientras sólo 19% de los particulares está en ese nivel y un mayoritario 40% está en nivel avanzado (MINEDUC, 2012, p. 3).

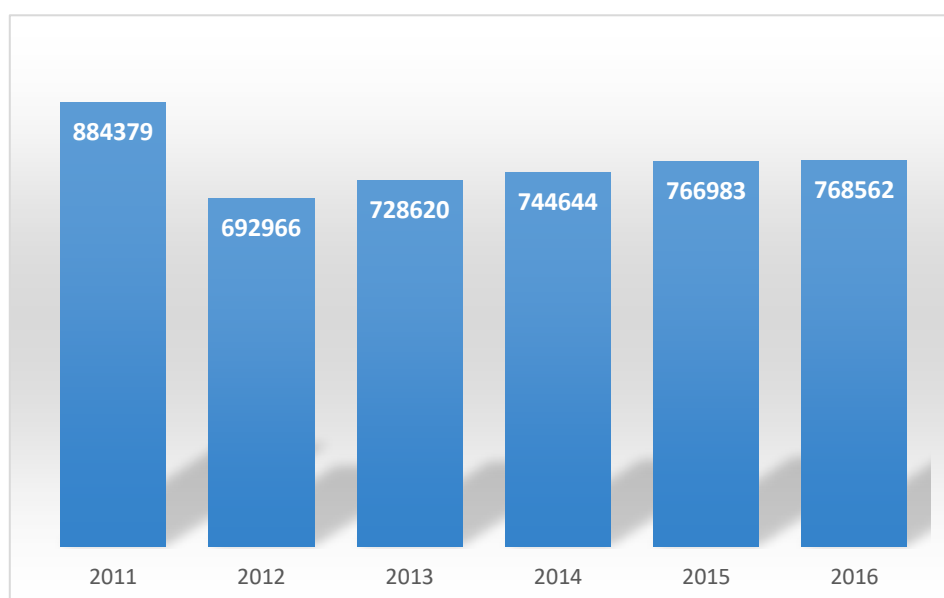
Respecto de la evolución de las escuelas adscritas al Programa, en 2011 suman 5000, según datos de la Dirección de Presupuestos [DIPRES] (2016, 2017 y 2017a). Con la filosofía de poner los recursos a disposición de la comunidad educativa en su conjunto (profesores, padres, estudiantes y ciudadanos en general) se realiza un nuevo Portal Novasur. Las novedades son el acceso universal abierto y la posibilidad de ver y descargar gratuitamente y sin claves, los contenidos y los materiales pedagógicos. La videoteca ya no será grabada por cada unidad educativa, sino se encontrará disponible *on line*. El cambio tecnológico ha posibilitado desde esa fecha contar con un catálogo más amplio (hoy cercano a los 2500 títulos), con la emisión de contenidos vía *streaming*, juegos para niños y la posibilidad de valorar y comentar los programas.

Figura 18. Escuelas adscritas Programa Novasur 2000-2016

Fuente: Elaboración propia con datos DIPRES 2000-2016.

Mediante una renovación de todos los convenios de emisión con los canales de cable, satelitales y abiertos regionales Novasur amplía su presencia en pantalla a los fines de semana, emitiendo su programación de lunes a domingo.

En términos presupuestarios, desde el 2010 Novasur es financiado íntegramente por el Consejo Nacional de televisión, pasando a ser completamente estatal. El 2011 Novasur alcanza su máximo presupuesto histórico de \$884.379.000 pesos chilenos (equivalentes a 1437500 dólares o 1197869 euros), tal como ejemplifica en el gráfico siguiente. Posteriormente, la crisis económica que afecta al país contrajo el presupuesto de la nación afectando todo el quehacer del Estado, sin que aún se perciba una recuperación.

Figura 19. Presupuesto Novasur 2011-2016, en millones de pesos chilenos

Fuente: Elaboración propia con datos DIPRES 2015-2016.

En 2012 en la programación de Novasur se incorporaron las continuidades. La emisión televisiva ya no estará destinada sólo a la grabación de una videoteca escolar, sino será una oferta disponible para los niños y sus familias. Asimismo, ese año se amplían los contenidos abarcando los aprendizajes transversales, más allá de las asignaturas como matemáticas o lenguaje, estableciéndose como parte de su línea editorial y se eliminan sus tradicionales franjas (curricular, complementaria y abierta).

Progresivamente en televisión abierta la franja programas infantiles disminuye cada día, por lo que Novasur pasa a ser prácticamente la única oferta pública infantil de televisión presente en las pantallas, definiendo cuatro bloques programáticos dirigidos a diferentes públicos: infantil (menores de 6 años) niños y niñas de (6 a 9 y de 10 a 12) jóvenes (13 a 18) y público general. Su línea editorial se define en 4 principales ejes temáticos:

CNTV-Novasur es la programación cultural y educativa del Consejo Nacional de Televisión. Con dieciséis años de experiencia, se ha configurado como la única iniciativa pública de televisión dirigida al público infantil y juvenil. Sus contenidos son exhibidos por canales de televisión abierta regional y cable, además de su sitio web www.novasur.cl. Buscamos educar y entretener a través de la televisión. Las series de CNTV-Novasur se enmarcan en 4 ejes temáticos: Identidad local o regional, Contenidos curriculares, Arte y cultura y Formación para la vida (Novasur, mayo 2017).

Respecto de la procedencia de los contenidos, sigue habiendo una importante cantidad de audiovisuales extranjeros, que varía entre 30% y 40% y que se obtienen mediante la compra de derechos y donaciones. También existen contenidos nacionales externos, como los provenientes del Fondo de Fomento a la Calidad que otorga el CNTV. Los programas son agregados al catálogo CNTV previa evaluación y generación de material curricular.

Tabla 31. Capítulos programas infantiles financiados Fondo CNTV 2010-2017			
Año	Nombre Serie	Categoría	Capítulos
2010	Malandria	Miniserie	6
	Do Re Mix	No Ficción	10
	Perdidos en la Tierra	Infantil	13
	Chif y Chef	Infantil	13
	El nuevo	Infantil	13
	Tararea	regional	3
2011	Las aventuras de Muelín y Perlita	Infantil (3 a 6 años)	26
	Nano Aventuras	Infantil 6 a12	13
	Centro de Alumnos	Infantil 6 a 12	13
	Con qué sueñas (2ª temporada)	Nuevas temporadas	16
	Hostal Morrison	Nuevas temporadas	13
	Chile Suená	Microprogramas	18
2012	Bartolo	Infantil	26
	Niños inmigrantes	Infantil	13
	Do Remix	Nuevas temporadas.	12
	31 Minutos (2ª temporada)	Nuevas temporadas	21
	Puerto Papel	Coproducción internacional	13
2013	Sueños Latinoamericanos	No ficción	12
	Cuenta la Leyenda	Infantil	13
	Los Tela	Infantil	12
	Horacio y Los Plasticines	Nuevas temporadas	26
2014	Cehaché	Infantil	13
	Nuku Nuku	Infantil	20
	Los próceres más posers	Infantil	13
	Petit El Monstruo	Coproducción internacional	26
2015	Pequeño municipal	No ficción	8
	Los fantásticos viajes de Ruka	Infantil	13
	Niños inmigrantes	Nuevas temporadas	13
	Nano aventuras	Nuevas temporadas	13
2016	Guitarra y tambor	Infantil 3-6	20
	Yo Pipoo	Infantil 3-6	13
	Las aventuras de Mampato, Ogú y Rena	Infantil 6-12	13
	Las aventuras de Papelucho	Infantil 6-12	13
	Puerto Papel (2ª temporada)	Nuevas temporadas	15
2017	Mundoperro	Infantil 3-6 años	13
	Chanchiperrí & La liga de la villanía	Infantil 3-6 años	13
	Locos Lab	Infantil 6-12 años	13
	Sueños latinoamericanos (2ª temporadas)	Nuevas temporadas	12

Fuente: Elaboración propia con datos web CNTV, 2018.

Se realizan además coproducciones con instituciones públicas y privadas y producción propia. Para dar mayor diversidad a la pantalla, en 2012 se inicia el proceso sistemático en todas las regiones de elaborar anualmente coproducciones audiovisuales con instituciones de cada localidad, con aportes financieros compartidos, entre el CNTV y dichas instituciones. Así se realizaron a lo largo del país series con tema libre en (2012 y 2013) y series bajo los paraguas temáticos de *barrio* en el 2014, *historias* al año siguiente y *Derechos de la Infancia* en el 2016. Desde 2017 no se realizaron producciones regionales con distribución de recursos equivalentes para cada región, coincidiendo con el fin de la marca la gestión regional del Programa.

Tabla 32. Resumen de hitos Instalación Programa Novasur 2000-2017

Año	Hito	Escuelas
2000	Piloto en Región de O'Higgins	100
2001	Llegada a región de Valparaíso	150
2002	FONDEF generación Primer sitio web Novasur y generación de modelo de uso	347
2003	Presencia en Regiones de Coquimbo y de Los Lagos	548
2004	Incorporación Escuelas Programa Intercultural Bilingües Orígenes	705
2005	Emisión en la Región Metropolitana	836
2006	Presencia en 10 regiones del país	929
2007	Presencia en todas las regiones del país. Incorporación Jardines Infantiles JUNJI	1.150
2008	Transmisión TV abierta regional, ARCATEL	3.325
2009	Evaluación externa CIDE	4.000
2010	Décimo aniversario	4.200
2011	Nuevo Portal Novasur con acceso universal abierto. Siete días transmisión	5.000
2012	Inicio coproducciones audiovisuales regionales	5.400
2013	EMA pasa a ser componente del Programa Novasur	5.807
2015	Nombre de la programación se modifica a CNTV-Novasur	6.207
2016	Coproducciones regionales con tema Derechos de los Niños y Niñas	6.482
2017	Fin de la marca Novasur	6.737

Fuente: Elaboración propia con datos DIPRES, 2000-2017.

La programación se distribuye gratuitamente a más de 63 canales de televisión abierta y por cable regionales y locales, constituyéndose en un aporte de contenidos infantiles de calidad a las parrillas programáticas de los canales. En la Tabla 33 se detallan los canales y las zonas de cobertura.

La mitad de los canales locales y regionales de TV Abierta emite la programación infantil cultural y educativa del CNTV, Novasur, en particular los asociados en ARCATEL (Asociación Regional de Canales de Televisión). (CNTV, 2015a, p. 11)

Esta oferta consiste en 14 horas originales mensuales, divididas en dos horas diarias, de lunes a domingo. Este bloque se subdivide en bloques horarios de media hora de duración, en función de la segmentación etaria del público. Cada canal programa diariamente los contenidos de Novasur, en un horario previamente acordado, ya sea las dos horas continuas o cada bloque por separado. Cada bloque no puede ser interrumpido con publicidad. Los canales que desean emitir la programación la solicitan a través de un formulario disponible en la web de Novasur, comprometiéndose a respetar un horario de emisión.

Además de los canales locales y regionales de televisión abierta y por cable, la oferta de contenidos que son de producción propia de Novasur se transmiten a 15 canales de televisión comunitaria, presentes en diferentes localidades de las regiones Metropolitana, de O'Higgins, el Maule, Bío-Bío y Los Lagos. Esta oferta es un aporte de contenidos infantiles que enriquece la pantalla de estas señales, reconociendo el valor de estos canales en la comunicación local. De igual forma, desde 2015 la programación propia es transmitida en 23 salas de espera de servicios públicos como centros de salud, bibliotecas y ayuntamientos. Recientemente, canales de televisión de Internet se encuentran gestionando la transmisión de contenidos de Novasur, si bien es una tendencia incipiente.

Tabla 33. Canales de televisión abierta y por cable que emiten Novasur

Zona	Canal	Localidades
ZONA NORTE	Parinacota TV	Putre
	OTV Televisión	Pica
	Iquique televisión	Iquique, Alto Hospicio
	Geovisión	Iquique, Alto Hospicio
	RTC Red de Televisión Comunal	Iquique, Alto Hospicio
	Calama Televisión	Calama
	Mejillones televisión	Mejillones
	Holvoet Televisión	Alto del Carmen, Caldera, Chañaral, Copiapó, Diego de Almagro, Huasco, Domeyko, El Salvador y Los Loros
	Tele 8 Illapel Televisión	Illapel y alrededores
	TV 2 Choapa	Illapel y alrededores
	MAS Televisión	Los Vilos, Pichidangui, Quilimarí y Los Molles
	Telechocho Illapel Televisión	Illapel y alrededores
	Thema Televisión Canal 2	La Serena, Coquimbo y Ovalle
	Andacollo Televisión	Andacollo
ZONA CENTRO	31 TV Vive Casablanca	Casablanca
	Canal 2	Santo Domingo, San Antonio, Cartagena, El Tabo y Melipilla
	Mate Ote Rapanui	Hanga Roa
	Girovisual	Provincia de San Antonio y Valparaíso
	Litoral de los Poetas	Algarrobo; El Quisco; El Tabo y Cartagena
	Canal de la Costa	Quintero, Puchuncaví, Zapallar y Papudo
	VTV Valle televisión	Los Andes, San Felipe, Calle Larga, San Esteban, Catemu, Panquehue, Llay Llay, Rinconada, Putaendo y Santa María
	Centrovisión TV	Rancagua, Mostazal, Graneros, Machalí, Doñihue, Requinoa, Quinta de Tilcoco, Pichilemu y Codegua
	Santa Cruz Telecanal	Santa Cruz, Chépica, Nancagua, Palmilla y Peralillo
	Sextavisión	Rancagua, Machalí, Rengo, Requinoa y San Fernando
	Cesfam TV	Las Cabras
	TV 5 Linares	Linares, Longavi, Yerbos Buenas, Colbún, Linares
ZONA SUR	Canal TV8 Concepción	Provincia de Concepción
	TVU Televisión de la Universidad de Concepción	Concepción, Talcahuano, Hualpén, Chiguayante, Penco, San Pedro de la Paz, Coronel, Lota y Tomé
	Tec televisión	Temuco
	Canal 10 Carahue	Carahue
	Canal 8 Municipal	Puerto Saavedra
	Canal Lautaro Educa TV	Lautaro, Pillanlelbun, Perquenco, Vircún
	Pucón TV	Pucón, Villarrica y Loncoche
	Universidad Autónoma de Chile Televisión	Temuco, Padre las Casas y por cable desde Concepción a Coyhaique y en la RM
	Wall papa mapu mew tayinñ rakizum	Comuna de Panguipulli y sus alrededores
	Soc. INET Televisión Digital Ltda.	Osorno; Puerto Montt
	Canal 2 RTV Castro	Castro
	Canal 2 TV Quellón	Quellón
	Décima TV	Ancud, Maullín, Calbuco, Castro, Dalcáhué, Chonchi, Curaco de Vélez, Quinchao, Puerto Montt, Osorno, Frutillar, Chonchi, Puerto Varas, Llanquihue, Calbuco, Chaitén, Amarillo, Alerce, Entre Lagos, Purranque, La Unión, Río Bueno y Río Negro
	Santa María TV	Coyhaique; Puerto Aysén; Puerto Cisnes; Villa Amengual y Chile Chico
	Telesur ATV Aysén Canal 5	Puerto Aysén
	ITV Patagonia	Punta Arenas y Porvenir
	Umag TV	Punta Arenas, Puerto Natales, Porvenir, Puerto Williams, Punta Arenas, Porvenir, Cerro Sombrero, San Gregorio, Laguna Blanca y zonas costeras rurales del Estrecho de Magallanes.
REGIÓN METROPOLITANA	Maipovisión	Buín
	Señal 3 La Victoria	Comunas de Pedro Aguirre Cerda, Lo Espejo, Estación Central, Cerrillos, San Miguel y Santiago
VARIAS REGIONES	ARTV	RM / V / VI / VII (operadores de cable Telefónica del sur 113, GTD 32 y Claro 126)
	Canal Primitivos	Desde Concepción a Coyhaique
	Telesur Televisión insular	Por red VTR: en Castro y Telefónica Sur: Concepción hasta Coyhaique

Fuente: Elaboración propia, según datos web Novasur, 2017.

Novasur cuenta con un renovado Portal de Internet que desde 2011 ha tenido algunos ajustes, que mantienen sus funciones básicas (Novasur, mayo 2017):

- Programación diaria que se transmite vía streaming.
- Buscadores: por serie, por programa, semánticos, temáticos, por público y asignatura.
- Videos para ver y descargar, sección de videos favoritos, valoración de los usuarios.
- Materiales complementarios: guías pedagógicas, cartilla de Educación en Medios, ficha de programas.
- Juegos interactivos
- Sección Educación en Medios (materiales, artículos).
- Información de transmisión de programas, parrilla mensual.

2.3. EDUCACIÓN EN MEDIOS AUDIOVISUALES, EMA

El año 2013 el nombre de la programación se modifica a CNTV-Novasur y se incorpora un nuevo componente, la Educación en Medios Audiovisuales, EMA. Víctor Martínez, exdirector adjunto de Novasur comenta los antecedentes de la implementación de esta línea de trabajo al interior del Consejo Nacional de Televisión:

Teniendo en cuenta la misión del CNTV y sus atribuciones de organismo regulador, esta línea nace precisamente como un instrumento de regulación desde las audiencias mismas. Y claro, para adentrarnos en la temática comenzamos a explorar iniciativas realizadas en el extranjero, como por ejemplo la de Inglaterra (OFCcom), las iniciativas de la UE y las herramientas que nos señala la Alianza de civilizaciones. También las que realizan en países como México, Argentina, Brasil, Francia y Bélgica. La línea de Educación en Medios del CNTV se propone movilizar y fortalecer las capacidades y competencias institucionales y ciudadanas para una mejor comprensión y uso crítico de los medios de comunicación. (Domínguez, 2010, p. 52)

En 2015 con la creación de Departamento de Televisión Cultural y Educativa del CNTV, que gestiona Novasur, ambas tareas quedan enlazadas. Esta labor complementa las labores de fiscalización del ente regulador y su área de fomento. En la labor que desarrolla el CNTV la Educación en Medios se considera como un derecho de los ciudadanos, de acuerdo con lo planteado por el Artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos que afirma que «todo individuo tiene derecho a la libertad de expresión; este derecho incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión».

Se orienta a todos los medios, en especial a la multipantalla, en sintonía con el alto consumo que niños y niñas hacen de ellas. «Este proceso resulta crucial para poder ejercer de forma adecuada nuestro derecho ciudadano, estando al día de los debates

que nos afectan como miembros de la sociedad, y de las distintas visiones que existen sobre la realidad social» (CNTV, 2015d, p. 2).

Novasur entiende la Educación en Medios en la escuela (como parte de la formación curricular de los estudiantes), pero además más allá de ella. Como plantea David Buckingham (2008, p. 187) educación en medios es un proceso que se adquiere a partir del uso de los medios y que es una actividad que transforma a las audiencias en prosumidores:

Defino la educación para los medios como el proceso de enseñar y aprender acerca de los medios, y la alfabetización en los medios –los conocimientos y las habilidades adquiridos por los alumnos– como resultado de este proceso. En cierta medida, la alfabetización en los medios es algo que las personas adquieren en cualquier caso a partir de su interacción cotidiana con los medios; sin duda, puede desarrollarse en una variedad de situaciones, no sólo en la escuela. Sin embargo, a las escuelas les cabe un papel central en este terreno. En su definición actual, la educación para los medios es una actividad a la vez crítica y creativa. Les proporciona a los jóvenes los recursos críticos que necesitan para interpretar, entender y (si fuera necesario) poner en cuestión los medios que permean su vida cotidiana, pero al mismo tiempo les ofrece la capacidad para producir sus propios medios, para convertirse en participantes activos en la cultura de los medios en lugar de ser meros consumidores.

La línea de trabajo de Educación en Medios Audiovisuales tiene los siguientes objetivos:

- Sensibilizar a la ciudadanía en educación en medios audiovisuales a través de campañas masivas, de los productos CNTV, charlas de formación general y Muestras Audiovisuales Educativas, MAVÉ. En el año 2016 más de 51.245 personas asistieron a las muestras audiovisuales, de las cuales 37.700 eran niños (Dirección de Presupuestos del Gobierno [DIPRES], 2017a, p. 16). Estas exhibiciones incluyeron actividades de sensibilización, como trivias, concursos y conversatorios. En 2017 más de 34 mil personas participaron de talleres y charlas realizadas a lo largo del país.
- Formar a actores sociales claves para la difusión de la perspectiva EMA, como por ejemplo formadores o profesionales de servicios públicos que tienen contacto con la ciudadanía.
- Transversalizar la perspectiva EMA, entregando insumos a instituciones del estado pertinentes, de manera que integren recursos EMA en sus plataformas de difusión destinados a la ciudadanía. Esta línea incluye la participación de los Directores Regionales en Mesas de Infancia a lo largo del país. Se desarrollan talleres específicos con temas de mediación, género, noticieros para aquellas instituciones que trabajan con en el territorio. Sólo en el primer año (2013) se capacitó a 631 monitores en EMA, en su mayoría pertenecientes a instituciones públicas, estudiantes universitarios y voluntarios de programas de apoyo social. (CNTV, 2014b, p. 16)

De acuerdo con UNESCO la Educación en Medios trata sobre la enseñanza y el aprendizaje con y sobre los medios más que a través de los medios. Permite a las

personas comprender a los medios de comunicación y su forma de funcionamiento y facilita la facultad de utilizar esos medios para comunicarse con otras personas. En ese sentido no defiende a los niños y jóvenes de los medios, sino que los prepara para ser usuarios competentes de éstos. Conciernen a todos los medios de comunicación en todos los soportes, transmitidos por cualquier tipo de tecnología. Garantiza que las personas identifiquen el origen y el contexto de los contenidos de los medios, (sus intereses políticos, sociales, comerciales y/o culturales), e interpreten los mensajes y valores ofrecidos por éstos.

El alfabetismo en medios es un enfoque de educación para el siglo XXI. Suministra un marco de referencia para acceder, analizar, evaluar y crear mensajes en una diversidad de formatos (desde impresos hasta videos o Internet). El alfabetismo en medios conduce a la comprensión del papel que juegan los medios en la sociedad, así como a las habilidades esenciales de indagación y autoexpresión necesarias para los ciudadanos de una democracia (*Center for Media Literacy*, 2003, p. 11).

El trabajo en Educación en Medios está basado en la propuesta del *Center for Media Literacy* de reflexionar en torno a 5 aspectos: Autoría; Mensaje o Contenido; Formato y técnica de producción; Propósito y Audiencias que se articulan en torno a 5 preguntas clave (*Center for Media Literacy*, 2003). En la Figura 20 se grafican esas preguntas:

Figura 20. Preguntas que orientan la discusión en Educación en Medios



Fuente: Elaboración propia sobre contenidos del *Center for Media Literacy*, 2003.

Esta labor se lleva a cabo con otras instituciones de la sociedad (públicas, académicas, sociales, territoriales, privadas sin fines de lucro, etc.). Dentro de los públicos definidos como prioritarios están la primera infancia y los niños entre 6 y 12 años. Para los padres y cuidadores de esos niños el área de Educación en Medios realizó durante 2016 materiales específicos alojados en la web del CNTV, a través de convenios con Programas públicos como Chile Crece Contigo, dependiente del Ministerio de Desarrollo Social (web CNTV consultada 31/05/2017).

III. MARCO METODOLÓGICO

3.1. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El caso Novasur como televisión pública, infantil y de calidad y como plataforma digital es el fenómeno estudiado en esta investigación. Cabe revisar en el contexto actual las ideas tradicionales respecto de las funciones que la televisión educativa cultural debe cumplir en la sociedad. La misión de la televisión de entretener, informar y educar se ha ido deteriorando por la relevancia que ha tomado la televisión dedicada exclusivamente al espectáculo y a la entretención. Esta situación obedece a numerosas causas, como señala Pérez Tornero (2004, p. 8):

Ese fenómeno se aprecia a través de diversas circunstancias: a) la crisis endémica de la TV pública; b) las dificultades de regulación del marco legal que gobierna la televisión y, sobre todo, c) en la desproporción existente entre las inversiones, tanto públicas como privadas, en producciones de orden educativo-cultural y las destinadas a programas de puro entretenimiento.

Pérez Tornero citando el Manifiesto a favor de la TV educativa de AITED del año 2000 señala que dichas funciones son las siguientes:

- Contribuir a la formación de una ciudadanía democrática basada en los derechos del hombre.
- Favorecer el encuentro y el descubrimiento mutuo de personas y culturas, promoviendo la relación pacífica entre pueblos, naciones y Estados, contribuyendo a la educación por la paz y la cohesión social, y procurando disminuir las hostilidades y las desigualdades.
- Desarrollar una pedagogía que estimule a participar en la vida cívica y política.

- Promover la riqueza y la diversidad de las culturas y de las creencias en sus diferentes expresiones, modos de vida, costumbres, lenguajes, patrimonio cultural, etc.
- Favorecer una educación para todos mejorando la difusión del conocimiento, contribuyendo al progreso del individuo y de la colectividad y creando el contexto adecuado para los valores educativos.
- Promover la formación, facilitando la integración de las personas en el mundo del trabajo y de la vida social, así como asegurando la actualización de los conocimientos.
- Difundir y estimular la ciencia, haciendo accesibles a todos el conocimiento y los avances científicos, y promoviendo, ante el progreso tecnológico, una toma de conciencia atenta, constructiva y crítica.
- Promover el arte y su conocimiento estimulando la creatividad y la imaginación, y colaborando con las personas, las colectividades, las organizaciones y las instituciones del mundo artístico y cultural. (Pérez-Tornero, 2004, p. 12).

Tampoco parece haber una idea hegemónica en cuanto a lo que es la televisión educativa, ya que existen múltiples modelos. Castaño y Llorente (2007) distinguen entre la televisión escolar, la televisión cultural y la televisión educativa. La intención de la primera sería replicar el sistema formal de educación. Según los autores la televisión cultural cubre una variada gama de temas y tiene como objetivos la divulgación y la entretención, utilizando para ello géneros propios de la televisión comercial como reportajes y documentales. La televisión educativa incluye contenidos variados, pero tiene la misión de influir educativamente en sus audiencias. Por su parte, Pérez Tornero (2004, p. 17) elabora otras múltiples distinciones, siendo el primer modelo la televisión escolar que el autor define así:

La televisión escolar (*stricto sensu*): es aquella que se encuentra directamente relacionada con el sistema educativo y se articula siempre en relación con los fines de éste. Dentro de ella podemos distinguir dos estrategias:

A) La de extensión de la escuela: cuando las emisiones de TV se destinan a sustituir las carencias del sistema formativo de un país y se implican, directamente, en tareas educativas que, de otro modo, serían cumplidas por la escuela.

B) La de contexto o de refuerzo escolar: cuando las emisiones complementan y apoyan la tarea de la escuela. Van destinadas a profesores y estudiantes ayudándoles a desempeñar mejor sus funciones.

El autor distingue este modelo de otros, como la televisión de formación profesional, la televisión del conocimiento, la televisión científico cultural-generalista y la televisión científico-cultural temática. Cada una de ellas está dirigida a públicos más o menos específicos y aborda temas de las ciencias, historia, artes y tecnología, con mayor o menor énfasis. Otra de las categorías descritas por el autor es la televisión infantil: «En la medida en que la televisión infantil nunca puede dejar de ser, excepto en casos excepcionales educativa, los niños se convierten en una audiencia privilegiada

de la TEC. En este caso, utiliza modelos lúdicos y de entretenimiento» (Pérez-Tornero, 2004, p. 17).

Novasur en sus orígenes era claramente una TV de contexto o refuerzo escolar, tal como la define Pérez Tornero y estaba orientada a ser un recurso pedagógico para el aula, en la forma de una videoteca. Con los años, especialmente por el avance del sistema escolar en términos de acceso a recursos –financieros, pedagógicos– y los cambios en la tecnología –del VHS al mp4– podría decirse que Novasur sin abandonar su apuesta por el uso escolar, es más bien una TV infantil con características culturales y educativas, como las describe Pérez Tornero (2004, p. 17). Desde 2012 y hasta 2017, Novasur pasa a ser la única oferta televisión pública para público infantil, presente en canales locales y regionales, tanto abiertos como de pago, pero todavía sin espacio en la televisión abierta nacional.

Otro aspecto que hace interesante el estudio de caso de Novasur, es que el Programa cuenta con su plataforma *online*, como uno de los ejes de su oferta, desde una visión convergente de las tecnologías desde sus inicios en 2001. Además, desde 2011, la televisión es sólo la primera pantalla de Novasur, ya que la programación se emite vía *streaming* a través de su web y es allí donde reside la videoteca virtual con más de 2000 contenidos. Es a través de dicha plataforma digital que la televisión se ha deslocalizado, permitiendo a las audiencias escoger cómo, dónde y cuándo ver los contenidos que desean. La web carece de la fugacidad de la televisión, ya que permite a los usuarios acceder a los contenidos de su interés, sin esperar que sean emitidos en una fecha y horario determinados. La plataforma *online* es una fuente de análisis que permanece ante la volatilidad de la programación diaria. Cabe recordar que Novasur no cuenta con un canal de televisión propio, sino con señales asociadas, que exhiben la oferta diariamente en horarios decididos por cada emisor. No hay por tanto una *fidelidad* de las audiencias hacia Novasur como canal. Otra de las ventajas de la plataforma como objeto de análisis, respecto de la televisión, es que la oferta de audiovisuales se acumula y se renueva a lo largo del tiempo, ya que el derecho de exhibición tiene plazos y condiciones específicas.

El escenario de la implementación de la TV digital en el país, con el otorgamiento de las primeras concesiones para los próximos veinte años, así como la discusión del rol de la TV pública (TVN) en la gestión de un nuevo canal cultural, infantil, tecnológico, hacen relevante el estudio de este modelo público a pequeña escala, pero convergente y con énfasis en la Educomunicación. De estas cuestiones se desprende la pregunta inicial ¿en qué consiste la oferta de Novasur como televisión infantil y pública en Chile hoy, considerando un escenario marcado por la transición al modelo digital y la convergencia? Además, cabe preguntarse si dicha oferta responde a la demanda por calidad y por contar con un enfoque hacia los derechos de la infancia. A partir de ambas preguntas se establecen los siguientes objetivos, uno general y 4 específicos.

3.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo General

Caracterizar la oferta de contenidos de Novasur respecto de su línea editorial, desde los estándares de calidad y el enfoque de derechos de la infancia, en el contexto de implementación de la TV Digital y el escenario de la convergencia.

Objetivos Específicos

Objetivo 1. Conocer el estado del arte respecto de la televisión infantil pública y de calidad en el ámbito latinoamericano, en el contexto de la TV digital y el escenario de la convergencia.

Objetivo 2. Describir la oferta de contenidos de Novasur disponibles en su web, respecto de su línea editorial.

Objetivo 3. Analizar las producciones audiovisuales de Novasur desde los estándares de calidad y el enfoque de derechos de la infancia.

Objetivo 4. Establecer posibles escenarios de desarrollo de TV infantil en Chile.

3.3. DISEÑO DE LA METODOLOGÍA INVESTIGATIVA

3.3.1. Naturaleza de la Investigación

Adhiriéndose a la postura de Ercikan y Roth (2007) respecto de que la realidad cuenta tanto con elementos cualitativos como cuantitativos, este estudio incluye ambos enfoques en su diseño. Para caracterizar la situación de los Derechos de la Infancia en Chile y la oferta y el consumo que los niños, niñas y adolescentes hacen tanto de la televisión, como de las nuevas pantallas, la investigación recopila datos cuantitativos, provenientes de fuentes secundarias, tales como los estudios realizados por el Consejo Nacional de Televisión, informes emitidos por el Consejo Nacional de la Infancia y otras instituciones como UNICEF y UNESCO. En la siguiente fase cualitativa se realizan análisis de contenido, uno de variables cuantitativas y otro cualitativo. Que desvela la complejidad del fenómeno en estudio: los aspectos referidos a la calidad y al enfoque de derechos de la niñez. Finalmente, el trabajo desde la perspectiva de cada sujeto: los expertos, se realiza fundamentalmente por medio de entrevistas en profundidad, semiestructuradas.

Respecto de los métodos cualitativos, Leininger (1995) establece cinco categorías para este tipo de análisis, que son citadas por Mella (2003) y aquí sintetizadas:

- **Credibilidad:** se refiere al grado de certeza de los hallazgos que el investigador logra a partir de su estudio. «Credibilidad se refiere así a la verdad conocida, sentida y experimentada por la gente que está siendo estudiada» (Mella, 2003, p. 37).

- Confirmación: «significa obtener afirmaciones directas y a menudo repetidas de lo que el investigador ha escuchado, visto o experimentado con relación al fenómeno bajo estudio» (Mella, 2003, p. 37).
- Significado en contexto: Respecto de que los datos obtenidos por el investigador tengan sentido en una situación o contexto amplio.
- Modelación recurrente: hace referencia a las instancias que se iteran con el paso del tiempo frente a situaciones similares o diferentes.
- Saturación: Inmersión o conocimiento exhaustivo del ámbito de estudio.

3.3.2. Fases de la investigación

1) *Fase preparatoria*: A partir del marco teórico conceptual se diseñaron los instrumentos de análisis que sirven de base a las siguientes etapas de la investigación: sobre la calidad de los contenidos y sobre el enfoque de Derechos de los Niños. Esta fase incluyó la contextualización a partir de algunas experiencias de televisión pública infantil internacionales. Asimismo, se realizó la descripción del Estado del Arte de la transición de la televisión pública al modelo de televisión digital; de la televisión infantil en este escenario multipantalla y de los estándares de calidad. También se reseñaron experiencias iberoamericanas de TV pública infantil y el caso de Novasur. Se contextualizó la situación de la infancia y de sus Derechos en Chile.

2) *Trabajo de campo*: Se realizó la recopilación de datos cuantitativos y cualitativos a través de instrumentos diseñados para tal efecto. La recogida de datos mediante la técnica de análisis de contenido incluyó el visionado de series audiovisuales y su estudio. La otra parte del trabajo de campo consideró una serie de entrevistas a expertos, para la que se aprovecharon oportunidades como las estancias internacionales, participación en Seminarios y reuniones específicas.

3) *Análisis de los datos recogidos*. Los datos recogidos se analizaron con el fin de detectar ejes temáticos, nudos críticos y propuestas que permitieran orientar la futura producción de televisión infantil de Novasur y estrategias educacionales que potencien la apropiación de los derechos de la infancia.

4) *Fase informativa*. A través de la publicación en revistas científicas se compartirán los principales aspectos desarrollados en la presente investigación, su metodología y conclusiones.

3.3.3. Métodos y técnicas

Respecto de la metodología, se utilizó un *mix* de técnicas de acuerdo con los objetivos específicos de investigación. La primera de ellas es el **análisis de contenido con variables cuantitativas** que se efectuó sobre la Base de Datos de los programas audiovisuales disponibles en la web de Novasur hasta junio de 2017, proporcionada por el Programa. Este análisis se construye sobre la base de variables y categorías de análisis que permiten dimensionar y caracterizar los contenidos disponibles a través de dicha plataforma. Si bien la programación contenida en el portal es sólo una porción del acervo de contenidos emitidos por el canal de Novasur, que supera los 4.000 capítulos emitidos desde 2001, a través de la plataforma digital –deslocalizada, accesible y gratuita– es posible seleccionar los videos por tema, curso, asignatura y público o a través de un buscador semántico. También se pueden ver y descargar (en la mayoría de los casos) y acceder a los materiales complementarios asociados, ya sean estos curriculares o de Educación en Medios. Cada uno de estos elementos permiten la apropiación de los programas por parte de las audiencias, que los pueden ver, guardar, repetir, adelantar y además valorar, a través de un sistema de votación.

Respecto de la técnica de análisis de contenido, López Noguero (2002, p. 173) analiza el origen de esta técnica desde las propuestas de Berelson (1952), describiendo su propósito de contar con métodos más estandarizados para el análisis de documentos o comunicaciones:

El análisis de contenido se presentó, en un primer momento, como reacción contra el subjetivismo de los análisis clásicos y como consecuencia de la multiplicación de informaciones, como una técnica de constatación de frecuencias o de análisis cuantitativo.

Hoy se acepta complementarlo con análisis de rasgos cualitativos como la presencia o ausencia de ciertas reacciones, originalidad, novedad de ciertos aspectos, contenido latente de la comunicación, si bien es preciso seguir unas reglas más rigurosas y orientadas a un tratamiento más objetivo que en los análisis literarios.

También se realizó un **análisis de contenido cualitativo** de una muestra de programas presentes en la web de Novasur. Se propone utilizar el Modelo de análisis crítico de contenidos audiovisuales infantiles descrito por Sandoval (2016, p. 141) cuando especifica que «el Modelo de análisis crítico de contenidos audiovisuales infantiles (MACCAI), se construye desde la experiencia y se valida con su aplicación en diferentes contextos académicos, complementando, revisando y ajustando hasta su versión final en noviembre de 2014». La autora describe los objetivos del método como los siguientes:

Persigue dos objetivos claros: el primero es definir estructuralmente el contenido audiovisual y el segundo, realizar un análisis crítico que permita identificar o definir, de acuerdo con el momento en el que se aplique, la intención básica del contenido y el cumplimiento de los criterios de calidad del producto. Se compone de tres módulos de análisis que se denominarán criterios, cada uno con variables e indicadores (Sandoval, 2016, p. 141).

Los módulos de análisis son tres: Análisis Objetivo, Análisis Morfológico y Análisis Crítico. El *Análisis Objetivo* describe los elementos formales del programa, como su nombre, duración, tema, sinopsis y personajes. El *Análisis Morfológico* se refiere a la estructura de los contenidos (género, subgénero y técnicas utilizadas). La tercera etapa es el *Análisis Crítico* trata del valor educativo/formativo/social de los programas, en tanto sus objetivos o finalidad, esquemas narrativos y representación ficcional (Sandoval, 2016). A partir del Método se adaptó el instrumento para que proporcione respuestas a las preguntas de investigación que orientan este trabajo.

Otra técnica empleada fue **la entrevista cualitativa investigativa** (QRI por la sigla en inglés: *qualitative research interview*), que es descrita por Kvale (1992, p. 2) como «una entrevista cuyo propósito es reunir descripciones del mundo de la vida del entrevistado con respecto a la interpretación del significado de los fenómenos descritos». Para efectos de esta tesis, se privilegiará la realización de entrevistas individuales.

Los objetivos a los que apuntó el uso de la entrevista en esta investigación fueron dos, primero conocer el estado del arte respecto de la televisión infantil pública y de calidad en el ámbito latinoamericano, en el contexto de la TV digital y en el escenario de la convergencia. En segundo lugar, se quiere adelantar posibles escenarios para el desarrollo de la TV pública infantil en Chile. Es vital contar con puntos de vista actuales, con temas que están actualmente en desarrollo y de captar, según las palabras de Rubin y Rubin (2012, p. 50), cuáles son los «matices y sutilezas» que los entrevistados puedan aportar a un tópico que tiene muchas aristas.

Las entrevistas fueron analizadas con el Programa de análisis cualitativo *NVivo 12 Pro*, que permitió contar con una cuantificación y con gráficas respecto de la codificación realizada, de acuerdo con la pauta temática de la entrevista.

3.4. MUESTRAS Y PARTICIPANTES

A continuación, se definen la muestra y participantes de acuerdo con los objetivos específicos de investigación y con las técnicas de recolección de información aplicada, según se sintetiza en la Tabla 34:

Tabla 34. Muestras y participantes, objetivos y técnicas de investigación		
Objetivos Específicos	Técnicas de Investigación	Muestras /Participantes
Conocer el estado del arte respecto de la televisión infantil pública y de calidad en el ámbito latinoamericano, en el contexto de la TV digital y en el escenario de la convergencia.	Búsqueda bibliográfica	Documentos, libros, artículos de revistas científicas, noticias. Entrevistas
	Entrevistas	Profesionales vinculados con el ámbito de la comunicación de diferentes países
Describir la oferta de contenidos de Novasur disponibles en su web, respecto de su línea editorial	Análisis de contenidos cuantitativos	Base de datos de Programas Plataforma Novasur
Analizar las producciones audiovisuales de Novasur desde los estándares de calidad y el enfoque de derechos de la infancia.	Análisis de contenidos cualitativo (modelo MACCAI).	25 Programas infantiles Plataforma Novasur adquiridos en 2016-2017 de producción propia, coproducciones y financiados por CNTV
Adelantar posibles escenarios variables de desarrollo de TV infantil en Chile.	Búsqueda bibliográfica Entrevistas	Documentos, libros, artículos de revistas científicas, noticias Entrevistas

El universo de *análisis de variables cuantitativas* está compuesto por toda la oferta de contenidos disponibles en su web a junio de 2017. Se analizará la Base de datos de contenidos de la web de Novasur actualizada a junio de 2017, que contiene 2.264 programas.

Respecto del *análisis cualitativo*, se seleccionó una muestra de 26 capítulos de 24 series acuerdo con los siguientes criterios:

- **Accesibilidad.** La muestra está constituida sólo por contenidos disponibles en la web de Novasur. De esta manera, los programas y sus materiales complementarios están disponibles para la ciudadanía, independientemente de su tiempo o vía de emisión.
- **Diversidad.** Pese a que sólo se incluyen contenidos relacionados con Novasur y con el CNTV, se pretende dar una diversidad a la muestra, por ejemplo, respecto del tipo de financiación y adquisición (ya sea propia, o a través de la coproducción nacional o regional o externa proveniente del Fondo CNTV) y el tipo de programa (ficción y no ficción) y realizado con diferentes técnicas (animación, acción real, etc.). También se incluyen contenidos curriculares y no curriculares.
- **Público objetivo.** El público objetivo declarado por la señal son niños hasta 12 años, por lo que se seleccionan para el análisis cualitativo los contenidos dirigidos a niños hasta 6 años y de 7 a 12 años. Se excluyen del análisis de contenido cualitativo programas dirigidos a jóvenes o público general.
- **Actualidad.** Se seleccionaron para la muestra contenidos actuales, es decir, aquellos adquiridos los años 2016 y 2017, con excepción de los financiados por el

Fondo CNTV, que sólo llegan a las pantallas de Novasur dos años después de su realización, por lo que se amplía el rango de fechas.

Utilizando los criterios señalados, se pueden clasificar los contenidos de la muestra en las siguientes categorías:

- *Series ganadoras del Fondo del Consejo Nacional de Televisión.* Se escogieron los 5 programas financiados con recursos públicos del Fondo del Consejo Nacional de Televisión que están disponibles en la videoteca de Novasur y actualmente se emiten por la señal pública TVN, producidos después de 2010. Las series seleccionadas fueron realizadas entre los años 2013 y 2015 y cedidas a Novasur entre 2016 y 2017. Hay variedad en la muestra respecto de variables como género (hay tres series de ficción realizadas con la técnica de animación y dos de no ficción, de acción real). Respecto del público objetivo, se analiza un programa para pequeños de hasta 6 años y cuatro contenidos dirigidos a niños entre 7 y 12 años.
- *Coproducciones nacionales.* Fueron escogidos los 4 programas pertenecientes a las coproducciones realizadas por Novasur —con actores públicos y privados de relevancia nacional—, producidos en 2016 y adquiridos por Novasur los años 2016 y 2017. Una de las series está dirigida a niños de hasta 6 años y las otras tres a niños de entre 7 y 12 años. Tres de ellas son ficciones (dos animadas y una acción real) y otra pertenece al género de no ficción ya que es un documental. De esta selección se excluyó el programa *El Bicho de la Ciencia* en el que la doctoranda participó como parte del equipo de CNTV.
- *Producción propia Novasur.* Respecto de las producciones realizadas o encargadas directamente por Novasur, se seleccionaron los 6 programas grabados entre 2015 y 2016 y adquiridos por el Programa entre 2016 y 2017.
- *Coproducciones regionales.* Se seleccionaron las 9 más recientes coproducciones regionales realizadas en 2016 y adquiridas por Novasur en 2017, cuya temática son los Derechos de la Infancia. Son programas dirigidos a niños entre 7 y 12 años, del género no ficción documental y reportaje. Se excluye la serie *Jugar X Jugar* en la que la doctoranda participó como parte del equipo del CNTV.

Tabla 35. Muestra de programas análisis cualitativo

Programas Financiados Fondo CNTV						
Nombre serie	Género TV	Técnica	Público	Adquisición	Productora	Año
Horacio y Los Plasticines	Ficción	Animación	Hasta 6 años	Fondo CNTV	Zumbástico Studios	2013
Nanoaventuras	Ficción	Animación	7 a 12	Fondo CNTV	Cábala	2013
Ce hache í	No ficción	Acción real	7 a 12	Fondo CNTV	Kungan Project	2014
Los tela	No ficción	Acción real	7 a 12	Fondo CNTV	Verónica Waissblut	2015
Puerto papel	Ficción	Animación	7 a 12	Fondo CNTV	Zumbástico Studios	2015
Capicúa	Ficción	Animación	7 a 12	Coproducción	La Nave Producciones	2016
Investigamigos	Ficción	Acción real	7 a 12	Coproducción	Cinecittá	2016
Lyn y Babas	Ficción	Animación	Hasta 6 años	Coproducción	GVG	2016
Un mundo de amigos	No ficción	Acción real	7 a 12	Coproducción	TVI	2016
Cuéntame un cuento	Ficción	Animación	Hasta 6 años y 7 a 12	Propia	Houston	2016
Desafío Broco	Ficción	Acción real	7 a 12	Propia	Merkén	2016
Las enmarcadas aventuras de Trifulco y Amadora	Ficción	Animación	7 a 12	Propia	Merkén	2016
Mapa Ya	No ficción	Mixto	7 a 12	Propia	Merkén Studio	2015
Pichintún	No ficción	Animación	Hasta 6 años	Propia	Altiplánica	2015
Reporteros 3.0	No ficción	Acción real	7 a 12	Propia	Merkén Studios	2016
¿A qué juegas?	No ficción	Acción real	7 a 12	Coproducción regional	Play Producciones	2016
Así juego	No ficción	Acción real	7 a 12	Coproducción regional	La Tostadora producciones	2016
Nosotros los niños y niñas del Wallmapu	No ficción	Acción real	7 a 12	Coproducción regional	Imaginario Producciones	2016
Juguemos	No ficción	Acción real	7 a 12	Coproducción regional	Cromañón	2016
Libres con Ciencia	No ficción	Acción real	7 a 12	Coproducción regional	Rendermax	2016
Los niños y niñas de Tarapacá	No ficción	Acción real	7 a 12	Coproducción regional	Cinema 4	2016
Soy único	No ficción	Acción real	7 a 12	Coproducción regional	Mundo libre	2016
Viajes de una gotita de agua	No ficción	Acción real	7 a 12	Coproducción regional	La métrica de la G	2016
Wawanakas	No ficción	Acción real	7 a 12	Coproducción regional	Camanchaca	2016

Se escogió al menos un capítulo de cada una de las series listadas anteriormente. En los casos en que los programas pertenecían a más de algún grupo objetivo o a más de un ámbito curricular se consideró analizar otro capítulo, para reflejar con mayor propiedad el material. A continuación, en la Tabla 36 se listan los capítulos analizados:

Tabla 36. Muestra de programas y capítulos análisis cualitativo		
Nombre serie	Capítulo	Adquisición
Horacio y Los Plasticines 2T	1. La invitación	Fondo CNTV
Nanoaventuras	2. As Mágico	Fondo CNTV
Ce hache í	3. Surf	Fondo CNTV
Los tela	4. Vío y Truffa	Fondo CNTV
Puerto papel	5. Matilde todos los días	Fondo CNTV
Capicúa	6. Figurativo y abstracto	Coproducción
	7. Gamas y contrastes	
Investigamigos	8. Nuestras tradiciones	Coproducción
Lyn y Babas	9. Babas ¡mi nuevo amigo!	Coproducción
Un mundo de amigos	10. Azaan + Belén	Coproducción
Cuéntame un cuento	11. Polita en la colmena	Producción propia
	12. La guerra de los colores	
Desafío Broco	13. Partiste a comprar	Producción propia
Las enmarcadas aventuras de Trifulco y Amadora	14. Igualdad de derechos	Producción propia
Mapa Ya	15. Encuentro de dos mundos	Producción propia
Pichintún	16. Florencia, una niña Rapa Nui	Producción propia
Reporteros 3.0	17. Desastres Naturales	Producción propia
¿A qué juegas?	18. Villa Dorotea	Coproducción regional
Así juego	19. Débora	Coproducción regional
Nosotros los niños y niñas del Wallmapu	20. Capítulo 2	Coproducción regional
Juguemos	21. A la vuelta de la rueda	Coproducción regional
Libres con Ciencia	22. Entre cerros y humedales	Coproducción regional
Los niños y niñas de Tarapacá	23. Alto Hospicio	Coproducción regional
Soy único	24. En mi ciudad	Coproducción regional
Viajes de una gotita de agua	25. Biofiltro	Coproducción regional
Wawanakas	26. Los niños de chititas	Coproducción regional

Respecto de los expertos entrevistados, para abordar desde una perspectiva integral la investigación fue necesario incluir diferentes especialistas nacionales e internacionales, teniendo en cuenta los siguientes criterios: ámbito académico, realizadores audiovisuales, profesionales de organismos vinculados con Infancia y Educación. De este modo, la muestra de expertos queda conformada quince profesionales de cinco países latinoamericanos, tal como se detalla en la Tabla 37:

Tabla 37. Entrevistados, según país y cargo			
Nombre	País	Cargo	Entrevista
Beth Carmona	Brasil	ComKids. Organizadora Prix Jeunesse Iberoamericano	Marzo de 2018
Daniel Leite	Brasil	ComKids Interactivo	Marzo 2018
Viviana Sepúlveda	Chile	Ojo de Pescado (Región de Valparaíso)	Octubre 2017
Valeria Dotro	Argentina	Ex Directora de Canal Pakapaka, miembro de Latinlab	Noviembre de 2017
Cynthia Ottaviano	Argentina	Ex Defensora del Público	Noviembre de 2017
Mariana Loterszpiel	Argentina	Directora TEC-TV	Noviembre de 2017
Ida Ierverse	Brasil	Directora Canal Rá Tim Bum	Marzo de 2018
Sandra Téllez	Colombia	Directora Mi Señal Colombia	Septiembre de 2018
Renzo Amado	Perú	Encargado franja infantil IPé de TV Perú	Septiembre de 2018
Germán Covarrubias	Chile/ Latinoamérica	Encargado regional Escuela Plus	Octubre de 2018
Martín Becerra	Argentina	Universidad de Quilmes	Noviembre 2017
Eugênio Bucci	Brasil	Universidad de Sao Paulo - Radiobrás	Marzo de 2018
Claudemir Viana	Brasil	Universidad de Sao Paulo	Marzo de 2018
Germán Calvi	Argentina	INCAA	Noviembre de 2017
Francesca Pini	Brasil	Instituto Paulo Freire	Marzo de 2018

3.5. PROCESOS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOGIDA DE DATOS

3.5.1. Análisis de contenido programas de la web de Novasur

Se realizó un análisis con variables cuantitativas de los programas contenidos en la web de Novasur, con el propósito de describir y caracterizar la oferta de programas puestos a disposición de la ciudadanía a través de esta plataforma. El análisis fue elaborado a partir de la Base de Programas, facilitada por el Departamento de Televisión Cultural y Educativa del CNTV. Se incluyeron los programas con derechos de emisión vigentes durante todo 2017 y publicados en la web de Novasur hasta enero de 2018. Se excluyeron los materiales con derechos de emisión vencidos y aquellos publicados después de enero de 2018. La Base cuenta con una codificación propia (primera codificación) asociada al uso interno con el que CNTV registraba los contenidos. Para la construcción del instrumento de análisis de variables cuantitativas, se realizó una segunda codificación recogiendo elementos, corrigiendo y agregando variables y categorías. Posteriormente se realizó una nueva –tercera– codificación, aclarando posibles elementos confusos. La realización del análisis sobre la programación contenida en la web desde la Base como instrumento primario, permite analizar las siguientes variables y sus categorías:

- País. El lugar de origen de los contenidos se describe en esta variable, cuyas categorías son el nombre del país. Argentina, Brasil, Canadá, Colombia, Corea, Chile, España, Estados Unidos, México, Perú, Uruguay y Venezuela son las categorías.
- Evolución de los materiales a lo largo del tiempo. La variable Año describe la fecha de adquisición de los programas e incluye contenidos de 2003 a 2017, los que se encuentran disponibles en la web.
- Procedencia. Si son programas chilenos se categorizará como Nacionales y si provienen de otros lugares se hablará de contenidos Extranjeros.

- **Tipos de contenido.** La variable describe si la programación es Relacionada cuando son programas realizados por Novasur (ya sea como entidad productora única o en colaboración con otras instituciones). O bien, si es Externa, es decir realizada por otras entidades.
- **Adquisición.** Esta variable indica de qué forma Novasur realiza sus contenidos. Cuando la producción es realizada por Novasur como única institución describe la categoría Producción Propia. La segunda categoría es la Coproducción, que incluye los programas desarrollados en colaboración con otras instituciones públicas o privadas (sean ellas académicas, sociales, educacionales, empresariales, comunitarias, entre otras). Cuando los programas se desarrollan en conjunto con instituciones que están desplegadas en el territorio nacional se encuentran en la categoría Coproducción regional. Otras categorías son Compra, Donación y los programas derivados del Fondo CNTV (Fondo de Fomento Televisión de Calidad). Respecto de la producción Relacionada se aplican categorías de análisis referidas a los protagonistas, las que fueron creadas para este análisis y codificadas dos veces por la investigadora:
 - *Personajes protagónicos.* Se indica si corresponde o no aplica.
 - *Tipo de personajes protagónicos.* Se indica si son humanos, animales, robots o no aplica (en el caso de narrador).
 - *Edad personajes protagónicos.* Se describe si se trata de adultos, niños, familias o jóvenes.
 - *Presencia femenina.* Esta categoría se describe si se trata de protagonista femenina, masculino o ambos.
 - *Presencia pueblos originarios.* Esta categoría se refiere a los personajes protagónicos y al pueblo al que pertenecen: *aymara*, *mapuche*, *rapanui* u otros.
 - *Presencia personajes con discapacidad.* Esta categoría se refiere a los personajes protagónicos y se describe con *sí* o *no*.
 - *Presencia personajes migrantes.* Esta categoría se refiere a los personajes protagónicos y se describe con *sí* o *no*.
- **Contenidos Curriculares.** Describe los programas con énfasis educativo, destinados apoyar contenidos presentes en el currículum escolar. Las categorías son Si cuando es un contenido curricular o No si corresponde a un contenido no vinculado específicamente a una asignatura o curso.
- **Materiales Complementarios Curriculares.** Aplica sólo a los contenidos curriculares. Son documentos destinados a la apropiación pedagógica de los programas. Ellos son las Guías pedagógicas, documentos que tienen una vinculación curricular con una asignatura y curso específico. También están las Fichas Educativas que describen una orientación general. La última categoría es No aplica, que se usa en audiovisuales no curriculares.
- **Tema.** Incluyen los ámbitos temáticos a los que hace referencia el programa. Las categorías son: General (que hace referencia a la formación docente, ámbitos

transversales como Derechos de los Niños, entre otros). Las demás categorías son: Artes visuales, Ciencia y Tecnología, Cultura y patrimonio, Formación ciudadana, Historia y geografía, inglés, Matemáticas, Medio ambiente y Salud y bienestar.

- **Público.** Se refiere a los destinatarios preferentes de cada audiovisual. Está categorizado como Infantil (niños menores de 6 años); Niños (entre los 7 y 12 años); Jóvenes (entre los 13 y los 18 años) y General (mayores de 18 años o público familiar).
- **Nivel Educativo.** Aplica sólo a los contenidos curriculares. Se refiere al sector educativo de los programas curriculares. Educación Parvularia (niños menores de 6 años), Educación Básica (los 8 primeros años de enseñanza) y Educación Media (los 4 últimos años de enseñanza obligatoria).
- **Ciclo de nivel Educativo.** Aplica sólo a los contenidos curriculares. Primer ciclo (en Educación Básica entre el 1º y 5º año y en Educación media primero y segundo medio). Segundo ciclo (en Educación Parvularia después de los 3 años; en Educación Básica desde 6º a 8º año y en Educación media, 3º y 4º medio). Esta variable permite considerar la especificidad del curso.

Tabla 38. Variables y categorías análisis de contenido variables cuantitativas

Variable	Categorías	
Año de adquisición	2003 - 2017	
País	Argentina Brasil Canadá Colombia Corea Chile	España Estados Unidos México Perú Uruguay Venezuela
Procedencia	Nacionales Extranjeros	
Tipos de Contenido	Relacionada Externos	
Adquisición	Externa: Compra Donación	Relacionada: Coproducción Coproducción regional Producción Propia
Personajes protagónicos (sobre contenidos relacionados con Novasur)	Tipo de personajes protagónicos.). Edad Género Presencia pueblos originarios Presencia personajes con discapacidad Presencia personajes migrantes	
Contenidos Curriculares	Sí No	
Materiales Complementarios curriculares	Guía pedagógica Ficha No aplica	
Tema	Artes visuales Ciencia y Tecnología Cultura y patrimonio Formación ciudadana Formación ciudadana General	Historia y geografía Inglés Matemática Medio ambiente Salud y bienestar
Público	Infantil (menores 6 años) Niños (7 a 12 años) Jóvenes (13 a 18 años) General (público familiar o mayor de 18 años)	
Nivel Educativo	Educación Parvularia (menores de 6 años) Educación Básica (primer año básico hasta octavo año año) Educación Media (entre noveno año hasta duodécimo año)	
Ciclo de nivel Educativo	Primer ciclo (En Educación Básica entre el 1º y 5º año y en Educación media los dos primeros años) Segundo ciclo (en Educación Parvularia después de los 3 años; en Educación Básica desde 6º a 8º año y en Educación media, 3º y 4º medio).	

3.5.2. Instrumento de análisis de contenido cualitativo

Como se señaló anteriormente, el análisis cualitativo de los programas está basado en el método MACCAI (Sandoval, 2016, p. 140), que consta de tres *módulos o criterios*: *análisis objetivo*, *análisis morfológico* y *análisis crítico*. El modelo ha sido debidamente validado. Según su autora, el primero describe aspectos característicos formales del programa, como nombre, sinopsis, tema, personajes, entre otros aspectos. Para efectos de este análisis se excluyeron dos puntos contemplados en el diseño original: el horario de emisión y el canal, ya que se trata contenidos presentes en la web y que se emiten por Novasur. Para efectos de esta investigación se hacen dos mínimas adaptaciones: la primera es que se considerarán como rangos etarios sólo dos grupos: niños hasta 6 años y 7 a 12 años, tal como se señala en selección de la muestra. La segunda es que se agrega el nombre del Programa y del Capítulo. En la Tabla 39 se grafica el criterio de Análisis Objetivo, sus variables e indicadores.

Tabla 39. Criterios de análisis objetivo, según método MACCAI	
Variable	Indicador
Nombre del Programa	Nombre
Nombre de Capítulo	Nombre
Público objetivo	Para efectos de este análisis se utilizarán sólo los siguientes rangos de edad: a) 3 a 6 años b) 7 a 12 años
Duración	Minutos de duración del programa
Finalidad	a) <i>Entretenido</i> . Programa que busca entretener y no tiene un objetivo específicamente educativo o formativo. b) <i>Informativo</i> . Programa que principalmente expone información. c) <i>Educativo</i> . Programas que ayudan al desarrollo cognitivo o psicosocial del niño. d) <i>Entretenido – educativo</i> . Entretenido y que deja una enseñanza, sin que ello sea su objetivo primario. e) <i>Entretenido – informativo</i> . Programas que transmiten información sin pretensiones educativas, de una forma divertida. f) <i>Educativo – informativo</i> . Programas que tienen objetivo educativo/formativo a través de la información.
Tema	Descripción del tema del capítulo
Sinopsis	Con un máximo de 10 líneas se describe la historia del capítulo analizado.
Personajes	Descripción de personajes considerando a) <i>Aspecto físico</i> . Edad, altura, color de piel entre otros. b) <i>Aspecto psicológico</i> . Personalidad, principios, valores, sueños, etc. c) <i>Aspecto social</i> . Grupo social al que pertenece, tipo de familia, grupos en los que interactúa, nivel cultural y otros.
Estructura dramática	Relato del desarrollo del programa

Fuente: Adaptación al Modelo de Sandoval (2016)

El segundo criterio considerado por el Modelo MACCAI es el Análisis Morfológico, que es descrito por Sandoval (2016) como «...aquellos aspectos que constituyen la estructura del programa analizado» y describiría elementos más vinculados con el lenguaje audiovisual y formato del programa. Para efecto de este estudio se excluyeron ciertos indicadores del subgénero que no se encuentran presentes en la selección muestral estudiada, tales como películas, telenovelas, crónicas y programas con formato contenedor. En la Tabla 40 se explicitan las variables e indicadores propuestos por la Sandoval (2016, p. 144) para este módulo:

Tabla 40. Criterios de análisis morfológico, según método MACCAI.	
Variable	Indicador
Escenario	Descripción del lugar: a) Exteriores b) Interiores
Género	a) Ficción b) No Ficción
Técnica	a) <i>Acción real</i> (llamado también <i>Live action</i> o dramatizado) b) <i>Animación</i> : (Como los realizado con las técnicas 2 D, 3D, <i>Cut Out</i> ó <i>Stop Motion</i>) c) Títeres. d) Mixto
Subgénero	a) <i>Reality shows</i> (Talk shows, Concurso, Aventura) b) <i>Documentales</i> . Registro de la realidad a través de personajes o hechos particulares. c) <i>Noticiero</i> . Programa informativo dividido em secciones cuya unidad básica es la noticia. d) <i>Magazine</i> . Programa con presentadores, varias secciones, con un formato informativo. e) <i>Comedia</i> . Humor f) <i>Musicales</i> . Programas cuyo contenido se refiere al mundo musical. h) <i>Reportajes</i> . Programas en los que existe un protagonista y un entrevistador.

Fuente: Adaptación al Modelo de Sandoval (2016)

Fuenzalida (2016, p. 231) describe el aporte que la televisión puede prestar al desarrollo de las «capacidades socioemocionales» de los más pequeños:

Los niños tienen adversidades y necesidades que los afectan, las cuales la televisión infantil puede abordar para fortalecer el robustecimiento de la capacidad de superación y resiliencia; existe el *bullying*, la pederastia, la violencia intrafamiliar, discriminación e intolerancia, discapacidad, frustraciones, errores conductuales y necesidad de autoanálisis, articulación del yo con la interdependencia social, representación de género y de la sexualidad infantil y múltiples otras. Hay, pues, mucho campo para producir una televisión lúdica, imaginativa y formativa en los campos socioemocionales. Los creadores disponen de diversos formatos que deberán seleccionar para adecuarse al tema y a la audiencia.

El propósito del tercer módulo, *Análisis Crítico*, según señala Sandoval (2016, p. 145) «...es concentrarse en el contenido y su valor educativo». Es el criterio más rico y complejo, ya que pretende buscar los objetivos, esquemas narrativos lúdico-simbólicos, la representación ficcional y cumplimiento de criterios de calidad.

Tabla 41. Criterios análisis crítico, según método MACCAI				
Análisis Crítico				
Tipo de programa educativo/formativo	Desarrollo Psicosocial.			
	Desarrollo cognitivo.			
	Estímulo a la imaginación y a la creación.			
	Convivencia, valores, resolución pacífica de conflictos.			
	Cuidado del Medioambiente, conservación de los recursos naturales.			
	Competencias Básicas (matemáticas, ciencias naturales, lenguaje).			
	Hábitos de vida saludable.			
	Mitos y leyendas.			
	Exploración de entorno desde una perspectiva turística y cultural, formas de vida y entornos desde una perspectiva cultural, diversidad, inclusión.			
	Temas de actualidad e interés para los niños.			
	Promoción de la lectura y/o escritura.			
	Juegos y deportes tradicionales/culturales/ancestrales.			
	Derechos de los Niños.			
	Acontecimientos históricos.			
	Reconocimiento de las personas con necesidades especiales y fortalecimiento de la autoestima de los niños.			
	Destacar talentos de niños y jóvenes, expresiones artísticas			
	Formación musical.			
	Formación ciudadana.			
	Vida cotidiana de los niños (entornos naturales, familia, barrios, escuela)			
	Habilidades culinarias.			
Esquemas narrativos lúdico-simbólicos	Niño hábil-adulto torpe.			
	Lucha del débil contra el fuerte.			
Representación Ficcional	Tipo	No animado	Signos lúdicos	Icono
	Personajes fantásticos.			
	Niños representando niños.			
	Niños en mundos fantásticos.			
	Adulto conduce el programa y orienta a los niños.			
	Proyección de cualidades en adolescentes que conducen el programa.			
	Adultos representando personajes fantásticos.			
	Adultos representando niños.			
	Otro, describa.			

Fuente: Adaptación del modelo de Sandoval (2016)

Tabla 42. Criterios de calidad, según método MACCAI

Criterios de Calidad			
Descripción del contenido El programa:	Cumple (marca con una x)	No cumple (marca con una x)	Justifique
Brinda una atmósfera en la que los niños participantes se sienten seguros y protegidos.			
Los niños son expuestos a riesgos y situaciones peligrosas en la trama del programa.			
Se representan niños abandonados, tristes o en situaciones de inferioridad.			
Se promueve la autonomía de los niños brindando opciones para que ellos mismos resuelvan los conflictos o situaciones, a través de las actuaciones de los personajes.			
La historia aporta un mensaje positivo.			
Los personajes centrales resuelven un conflicto mediante sus propias experiencias.			
El final del programa entrega un mensaje adecuado al conflicto presentado.			
Los temas que se exponen son tratados de una manera adecuada para la edad propuesta para el público objetivo.			
El programa contiene violencia verbal/física/psicológica.			
El programa contiene escenas que exhiben contenido sexual de algún tipo físico/verbal.			
El programa invita a que niños sigan hábitos saludables físicos o psicológicos.			
Los contenidos proponen al niño el respeto hacia el otro.			
Fomenta y facilita la convivencia a través de las acciones de sus personajes.			
Estimula la tolerancia.			
Se concentra especialmente en situaciones que promueven la no discriminación racial.			
Promueve la cultura de la mediación y el diálogo para la resolución de conflictos.			
Educa en el análisis crítico			
Representa situaciones cotidianas y personajes con los que los niños se pueden sentir identificados.			
Al exponer situaciones de otras culturas y contextos, ayuda a construir la conciencia social y cultural del niño.			
Hace apología del delito.			
Estimula el desarrollo creativo mediante actividades artísticas del que el niño es protagonista.			
Cierra adecuadamente las historias o contenidos, considerando las condiciones de edad del público para interpretarlo.			

Fuente: Adaptación del modelo de Sandoval (2016)

3.5.3. Cuestiones de la entrevista

Respecto de las entrevistas semiestructuradas, Rubin & Rubin, (2012, p. 31) acotan lo siguiente: «In the semistructured interview, the researcher has a specific topic to learn about, prepares a limited number of questions in advance, and plans to ask follow-up questions».

Asimismo, los autores clasifican las entrevistas en profundidad en *actuales* (en inglés *topical*) y *culturales*, siendo el objetivo de la primera descrito como «the goal of topical interviews is to work out a coherent answer to a research question by piecing together what a variety of people with different information and distinct perspective tell you» (Rubin & Rubin, 2012, p. 32).

El rol del investigador en este tipo de entrevistas es activo, ya que puede aproximarse más o menos a la pregunta de investigación y estar atento a lo que los entrevistados pueden brindar, de acuerdo con la riqueza de sus experiencias a dicho tema, con cierta flexibilidad, pero sin perder el foco. Según Rubin & Rubin (2012, p. 32):

Researchers tend to take a more active role in topical interviews than in cultural ones. The researcher chooses the initial research question and keeps the interviewee more or less focused on that question. Topical interviewers spend time and effort finding interviewees most likely to be knowledgeable on the matter they are studying. In the final write-up, there may be proportionally fewer quotations from the interviewees and more judgments and conclusions from the researcher on the events that took place).

De acuerdo con los objetivos de investigación, en un primer momento se estimó que las principales cuestiones de la entrevista analizadas serían TV digital, TV pública, TV infantil, Convergencia, Derechos Humanos, Calidad y Educomunicación. Más que un cuestionario cerrado se construyó un temario considerando los ejes temáticos descritos. A partir de tres entrevistas previas realizadas a Cielo Salviolo, primera directora de *Pakapaka*, Guillermo Ruz, encargado de ARSAT y Karina Wroblewski en ese momento directora de *Pakapaka*, se realizó un ajuste de los temas, para dar cabida a las especificidades y campos de experiencia de los diferentes entrevistados. Se construyó entonces una matriz, basada en 6 ejes: Derechos, Calidad, Industria, Convergencia, Audiencias y Gobierno/Estado. Los temas se agruparon según los ejes y a cada uno de ellos se asignó un código y una síntesis de dicho código se utilizó para analizar en el Programa *NVivo*.

Tabla 43. Guía de la entrevista, según variables y códigos		
Matriz Guía Entrevista		
Eje	Variable	Código
Industria	TV Digital	Implementación /transición Aspectos técnicos Apagón analógico Concesión de frecuencias Mejora de calidad HD Accesibilidad Oferta aumento/disminución Soberanía satelital Financiamiento Modelos de negocio
	TV Pública	Historia Oferta Financiamiento Publicidad oficial Cierre de medios público Concentración de la propiedad Pluralismo
	TV Infantil	Historia Experiencias
Convergencia	Convergencia	Nuevas pantallas Desafíos Fiscalización y regulación Formatos televisivos Límites OTT
Derechos	Derechos Humanos	De los niños Derecho a la Comunicación e Información Libertad de expresión Dificultades y desafíos Defensoría del Público
Calidad	Calidad	Definición Desafíos Estándares de calidad de contenidos Marcos legales Festivales audiovisuales Estándares de calidad para nuevos formatos interactivos Diversidad/ Falta de diversidad
	Educomunicación	Competencias mediales y multimediales Experiencias Desafíos Orientaciones para los medios Niños prosumidores
Gobierno	Legislación	Ley de servicios de comunicación social argentina, LCSA Nuevos marcos regulatorios
	Rol Gobierno	Ideologización de medios públicos

El estudio realizado ha incorporado diversas técnicas de investigación y de análisis de datos procede la realización de una triangulación metodológica, que Alzás y Casa García (2017, p. 400) definen citando a Denzin, como «el uso de diferentes métodos para el estudio de un mismo fenómeno». Cabe precisar el alcance de este proceso. Es útil la clasificación que los autores atribuyen a Denzin respecto de los 4 tipos de triangulación (Alzás & Casa García, 2017, p.401):

- *Triangulación de datos* que «requiere de la obtención de información sobre el objeto de investigación mediante diversas fuentes que permita contrastar los datos recogidos» (Alzás & Casa García, 2017, p.401). Puede darse triangulación de datos en el *tiempo*, es decir en diferentes momentos y en el *espacio* lo que supone analizar poblaciones diversas).
- *Triangulación de métodos* que se refiere a utilizar dos o más métodos. Puede ser *intramétodo* (dentro del método) que quiere decir que se analizan datos recogidos con distintas técnicas, usando un mismo método. O bien puede ser entre métodos (*intermétodo*) lo que supone un uso de diferentes técnicas de métodos diferentes – por ejemplo, combinando métodos cuantitativos y cualitativos– para la comprensión más acabada de un fenómeno. Los autores señalan que no necesariamente el uso de diversas técnicas es una triangulación. Y que para que ella exista debe ser compartido el mismo objetivo de investigación (Alzás & Casa García, 2017, p. 409).
- *Triangulación de investigadores* en la que diferentes profesionales de una misma o diferentes áreas comparten el objetivo de investigación y buscan lograr similares resultados.
- *Triangulación de teorías* es la más difícil de lograr, ya que supone considerar un objetivo desde aspectos teóricos distintos (incluso enfrentados).

Es posible combinar al menos dos o más de los elementos descritos (triangulación de datos, métodos, investigadores y teorías) a través de una *Triangulación multimétodo* que sería la forma de enriquecer la investigación eliminando sesgos (Alzás & Casa García, 2017). Para esta investigación se adopta la perspectiva de la triangulación de diversos métodos como un caleidoscopio, como propone Denzin, según Gómez Diago (2010 p. 21):

No obtendremos una pintura completa de la realidad, pero podremos obtener una visión de ella más profunda. Gracias a la combinación de diferentes unidades de observación, podemos alcanzar un entendimiento más preciso acerca de lo que intentamos conocer con más detalle.

IV. RESULTADOS

4.1. DESCRIPCIÓN DE LA PLATAFORMA NOVASUR

Desde 2009 existen en el país una serie de plataformas digitales públicas que funcionan como repositorios gratuitos de contenidos audiovisuales nacionales, principalmente cinematográficos. La primera de ellas fue Cine Chile, nació como una idea de profesionales del rubro que fue financiado por el Fondart del Ministerio de la Culturas, las Artes y el Patrimonio. Este proyecto es descrito como una enciclopedia del cine y dispone de más de 1200 contenidos agrupados en diferentes categorías, ninguna de ellas específicamente dirigidas a la infancia. La Cineteca Virtual de Chile es un sitio de la Universidad de Chile y cuenta con más de 400 películas de diversos géneros y formatos, con énfasis en contenidos cinematográficos patrimoniales. Además, dispone de una sección de contenidos de televisión educativa, con una oferta dirigida a público general. La Cineteca Nacional Virtual, de la Fundación Cultural La Moneda (dependiente de la Presidencia) se encuentra disponible en *streaming* desde 2013 con cine actual y patrimonial, de diversos géneros. Onda Media es una iniciativa del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio y es la única que requiere inscripción previa y permite un número limitado de descargas mensuales. Plataforma Audiovisual del CNTV se gestó en 2017 y fue relanzada en 2018. Difunde contenidos televisivos financiados por el Fondo CNTV, si bien se han financiado largometrajes que han sido emitidos también en el cine. Ofrece contenidos para la infancia en una categoría específica.

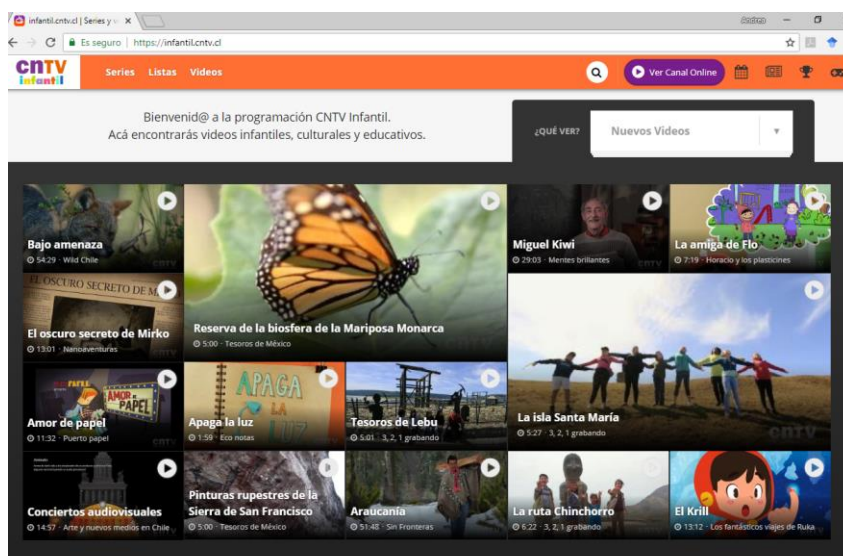
Tabla 44. Plataformas digitales públicas chilenas				
Nombre	Año	Institución	Archivo	Infantil
Cine Chile www.cinechile.cl	2009	Proyecto financiado por Fondart del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio	1200 películas, documentales, cortos y animación cinematográficos	Sólo en categoría general animación
Cineteca virtual de Chile www.cinetecavirtualchile.cl	2011	Universidad de Chile	400 películas, documentales, animación y cortos cinematográficos, así como contenidos televisivos.	Sólo en categoría general televisión educativa
Cineteca Nacional http://www.ccplm.cl/sitio/secciones/cineteca-nacional/cineteca-online/	2013	Fundación Centro Cultural La Moneda	330 películas, documentales, animación y cortos cinematográficos	Sólo en categoría general animación
Onda Media www.ondamedia.cl	2017	Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio	80 películas, documentales, animación y cortos cinematográficos	Sólo en categoría general animación
Plataforma Audiovisual CNTV https://www.cntv.cl/videoteca	2018	Consejo Nacional de Televisión	170 películas, documentales, animación y cortos destinados a la televisión y al cine.	Si, categorizada como infantil

Fuente: Elaboración propia con datos de las propias plataformas citadas

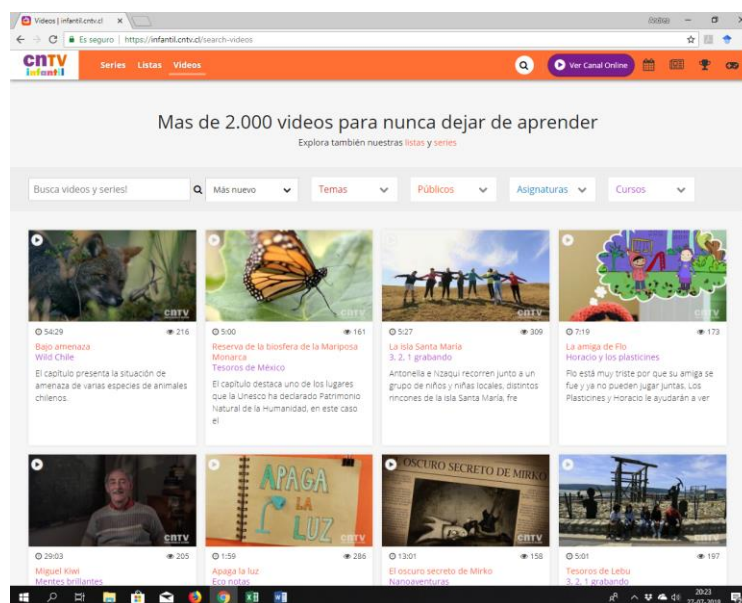
La web de Novasur fue uno de los componentes fundamentales del Programa desde sus inicios, tanto como un vehículo de comunicación con los docentes en proceso de capacitación, como videoteca online y contacto con los canales. Actualmente es la única plataforma virtual pública de contenidos dirigida a la infancia que los distingue según sus rangos etarios, que presenta géneros y técnicas audiovisuales variadas y dispone de material complementario dirigido a docentes y educadores en general.

De la precariedad del modelo del sitio web del año 2000, la página evolucionó en el año 2012 a un portal abierto al público general, capaz de contener la videoteca virtual, con sus respectivos materiales complementarios y albergar un apartado exclusivo para Educación en Medios. En marzo de 2018 la web migró desde el dominio www.novasur.cl a infantil.cntv.cl, como parte del cambio de nombre. A continuación, se describen algunos elementos distintivos que caracterizan a la web de Novasur:

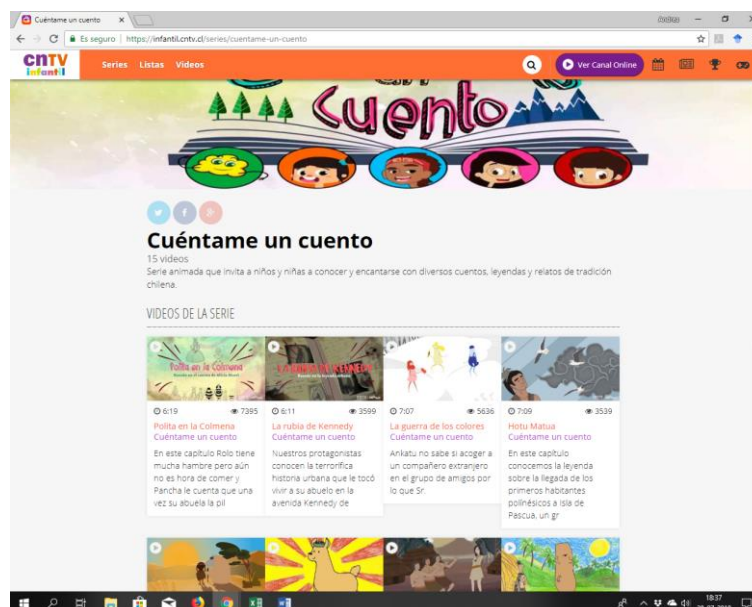
- **Buscadores.** Al ingresar se despliega una pantalla de inicio en el que destacan elementos como la bienvenida, una oferta inicial de videos, con la opción de verlos. En la barra de color anaranjado se encuentran botones de navegación que conducirán a las búsquedas, el canal *on line* y a partir de los íconos se puede acceder a la programación, noticias, concursos y juegos. El primer elemento destacado de la web son una serie de buscadores (semánticos, temáticos, por curso, asignatura y series) que facilitan encontrar los contenidos deseados, a través de distintas opciones, que se describen a continuación



- Videos. Al pulsar en la palabra se accede al buscador por asignaturas, temas, público objetivo y curso. El buscador permite acceder a la base de programas y filtrar entre los más de 4000 materiales (videos, guías pedagógicas y otros contenidos) en diferentes categorías, acotando la búsqueda. Las subcategorías de este menú son:
 - Temas: Arte y cultura, economía, ciencia y tecnología, ciencia y tecnología, medio ambiente, infantiles, cultura y patrimonio, historia y geografía, misceláneo, lenguaje y literatura, formación docente, matemáticas, salud y bienestar, Educación en Medios, deportes, inglés, artes escénicas, artes visuales, música.
 - Públicos: Todo espectador, infantil hasta 6 años, niños 7 a 12, jóvenes 13 a 18, profesores.
 - Asignaturas: Denominación de las asignaturas, según las bases curriculares de educación Parvularia, Básica y Media. Un apartado general, lenguaje y comunicación, ciencias naturales, historia, geografía y ciencias sociales, lenguaje verbal, artes visuales, matemáticas, seres vivos y su entorno, relaciones lógico-matemáticas, autonomía, lenguajes artísticos, convivencia, grupos humanos, artes musicales, física, biología, identidad, filosofía y psicología, inglés, tecnología, educación física y salud, orientación.
 - Cursos: Desde segundo ciclo de educación Parvularia hasta 4º año de enseñanza Media.



- **Listas.** Este apartado agrupa videos de acuerdo con criterios de similitud, por ejemplo, audiovisuales sobre Violeta Parra, videos de miedo para celebrar Halloween, para celebrar fiestas patrias y otras categorizaciones.
- **Series.** En general, Novasur no muestra programas unitarios. Este listado permite ver todos los capítulos de un determinado programa y acceder a una descripción y el listado de capítulos.



- **Visionado de los audiovisuales y materiales asociados.** Una vez seleccionados los contenidos y al pulsar sobre un programa se despliega la interfaz que permite acceder a una descripción de la serie y del capítulo. También permite ver en línea el audiovisual si está disponibles, permite descargar los videos y acceder a los materiales complementarios asociados al mismo (como guías pedagógicas y fichas

descriptivas y otros materiales de Educación en Medios).



- **Programación On line.** En la barra de navegación el botón *Canal on line* y el ícono *Programación* permiten acceder a la programación diaria, que se emite día a día por los canales de televisión asociados del país, en la web a través de *streaming*. También es posible ver la programación mensual de Novasur que emitirán dichos canales.
- **Educación en Medios.** En la parte inferior de la web se encuentra el enlace que lleva al minisitio de Educación en Medios audiovisuales desarrollado por el CNTV. Este sitio incluye tres secciones: *Guías y artículos* que incluye los materiales de Educación en Medios como cartillas y guías desarrollados por el área y asociados a los audiovisuales, según sus grupos etarios. Los materiales incluidos en esa sección buscan apoyar una mediación instructiva y visionado crítico de las audiencias desde edades tempranas, inspirados en el CML *MediaLit Kit* desarrollado por el *Center for Media Literacy* (2003).



Los documentos contenidos en esta sección son los siguientes:

- Guía de mediación del consumo infantil de Televisión ¿Qué ves cuando ves TV? Este material, recoge datos de oferta y consumo de la televisión de la VIII Encuesta Nacional de Televisión (VIII ENTV) y presenta sugerencias educomunicativas, tanto de visionado, como de mediación instructiva a padres y a otros adultos responsables del cuidado de niños y niñas.
- Recomendaciones. Hay tres documentos que se entregan orientaciones para los padres y madres con un énfasis en generar reflexión y diálogo al interior de la familia, a partir de datos de la VIII ENTV. Los temas son los siguientes: ¿Qué hacer si tu hijo pasa mucho tiempo viendo videos en su Smartphone o Tablet?, ¿Cómo hacer que tu hijo mire programas adecuados con su edad? y ¿Es apropiado que tu hijo tenga televisor en la pieza?
- Guía Educación en Medios Audiovisuales. ¿Qué ves cuando ves TV? Hay cuatro documentos que proponen actividades de Educación en Medios, a partir de los datos aportados por la VIII ENTV. Están dirigidos a diferentes grupos etarios, 3 a 6 años, 7 a 12, 13 a 18 y más de 18 años. Cada uno propone conversar a partir de las preguntas reflexivas según las propuestas del *Center for Media Literacy* (2003): autor,

formato, contenido o mensaje, propósito y audiencia. De cada una de estas cuestiones se desprenden preguntas más específicas.

- Niños y niñas frente a las pantallas. Guía de actividades para un uso saludable. Librillo y díptico, ambos realizados en conjunto con el Programa del Ministerio de Desarrollo Social: Chile Crece Contigo, enfocado en primera infancia. Y tiene tres capítulos 1) Antecedentes generales para profesionales y mediadores. 2). Actividades para realizar con niños y niñas menores de 7 años. 3) Actividades para realizar con padres, madres y cuidadores/as. Aporta datos recogidos de estudios de Subtel, VIII ENTV, Anuario Estadístico de Oferta y Consumo de CNTV y otros de Chile Crece Contigo.

En marzo de 2020 la plataforma de CNTV Infantil se modernizó incorporando una nueva imagen corporativa y contando con una nueva disposición de sus contenidos, que amerita un nuevo seguimiento que incluya la percepción de su público destinatario.

4.2. CARACTERIZACIÓN OFERTA DE CONTENIDOS EN LA PLATAFORMA NOVASUR

Los principales resultados del análisis de variables cuantitativa realizado sobre la Base de contenidos de la Plataforma Novasur permiten obtener una caracterización objetiva de la oferta disponible, la que se describe a continuación.

4.2.1. Contenidos según procedencia nacional y extranjera

La web de Novasur cuenta con más de 2.000 contenidos disponibles. La Oferta de contenidos de la web de Novasur es mayoritariamente nacional (86%), si bien hay aportes de diferentes lugares del mundo. Los programas extranjeros disponibles en la web son 317 audiovisuales, la mayoría de ellos procedentes de la compra de derechos de exhibición como se muestra en las Tablas 45 y 46.

Tabla 45. Capítulos programas plataforma Novasur, según procedencia		
Procedencia	Capítulos	Porcentaje
Extranjeros	317	14%
Nacionales	1.947	86%
Total	2.264	100%

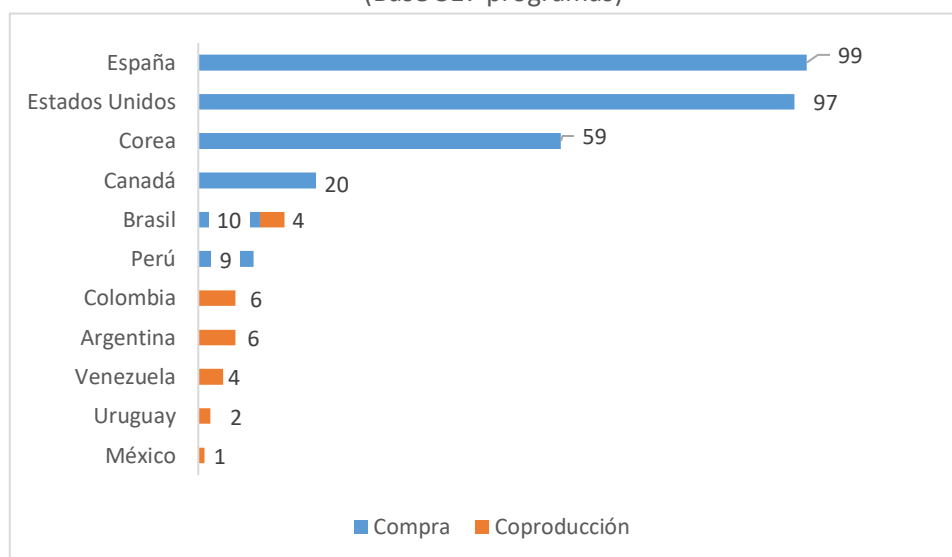
Los contenidos extranjeros en la web datan del año 2012 cuando eran una pequeña proporción de la oferta total (sólo 11 programas). En los años siguientes su presencia experimentó un aumento sostenido hasta el 2015, en el que se alcanza un *peak* de 133 programas. Después de esa fecha se observa una disminución a 60 programas en 2016 y apenas 42 en 2017. Dichos programas son obtenidos por ejemplo mediante la *Compra* de los derechos de exhibición.

Tabla 46. Capítulos programas extranjeros plataforma Novasur, según adquisición

Compra	Coproducción	Total
294	23	317

Como se observa en la Figura 21 los países de los que provienen los contenidos internacionales son diversos, cada uno con una destacada tradición en la producción de contenidos para la infancia, ya sean de entretenimiento o propiamente educativos. España encabeza la lista de programas adquiridos mediante el pago de derechos con el mayor número de capítulos (99 programas), lo sigue Estados Unidos con 97 episodios. Corea, uno de los polos asiáticos en la producción, investigación y desarrollo en televisión infantil ocupa el tercer lugar con 59 audiovisuales. Le sigue Canadá con 20 unidades. Respecto de los latinoamericanos Novasur ha comprado producciones de Brasil (10 capítulos) y de Perú (9).

Figura 21 Capítulos programas extranjeros, según país y adquisición
(Base 317 programas)



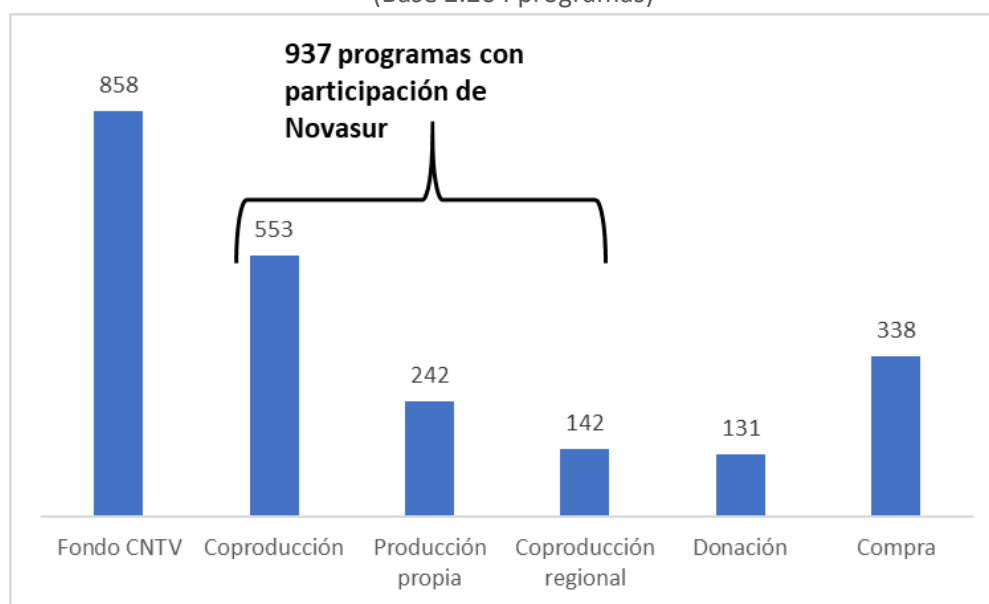
Otra vía de adquisición de contenidos extranjeros son las *Coproducciones internacionales* que realiza Novasur con otras entidades, como canales infantiles, productoras y empresas realizadoras audiovisuales. Los coproductores internacionales son exclusivamente países latinoamericanos como Colombia (6 capítulos), Argentina (6 programas) y en menor escala Brasil (4), Venezuela (4 episodios), Uruguay (2) y México (1). La totalidad de las coproducciones fueron adquiridas entre 2012 y 2013. En el ámbito latinoamericano algunos de estos coproductores fueron *Señal Colombia* en Colombia, *Pakapaka* de Argentina, *ComKids* en Brasil quienes contribuyeron a la realización de la serie *Contraseña Verde*, que trata sobre pequeños emprendedores medioambientales y sus iniciativas en distintos lugares de Latinoamérica como se aprecia en la Tabla 47.

Tabla 47. Capítulos programas coproducción Internacional, según año y país			
País/ Año	2012	2013	Total
Argentina	3	3	6
Brasil	2	2	4
Colombia	3	3	6
México	0	1	1
Uruguay	1	1	2
Venezuela	2	2	4
Total	11	12	23

4.2.2. Programas según tipo de adquisición

Los contenidos fueron adquiridos a través de diversas fuentes: producción propia, Fondo CNTV, coproducción (nacional y a lo largo del país), compra y donación. Si bien Novasur dispone de un acervo de más de 4.000 contenidos y materiales complementarios en la web, no todos los audiovisuales están disponibles para ser vistos. Los videos disponibles en la web, tanto nacionales como extranjeros, a julio de 2017 son 2.264, de los cuáles 937 capítulos corresponden a producciones *relacionadas*, es decir vinculadas a Novasur, ya sea por producción directa, o a través de coproducciones (nacionales, internacionales y regionales). Una importante cantidad de programas corresponden a espacios ganadores del Fondo CNTV (858). Los programas adquiridos a través de compra equivalen a 338 y los donados a 131.

Figura 22. Contenidos plataforma Novasur a julio 2017, según adquisición
(Base 2.264 programas)



Respecto de los programas Nacionales, Novasur es la principal entidad productora o coproductora de los contenidos de su web. Si se suman los programas de Producción Propia, Coproducción y Coproducciones regionales ellos corresponden a 47% de la oferta de contenidos nacionales. Como se puede observar en las Figuras 16 y 17, Novasur participa en 914 de los contenidos nacionales de la web, ya sea como coproductor (530 programas, que representan 27,5% de los programas nacionales), como productor principal (en la categoría Producción Propia con 237 programas equivalentes a 12,2%) o a través de las coproducciones regionales (142 episodios, correspondientes a 7,3% del total).

Figura 23. Capítulos programas nacionales según tipo de adquisición,
(Base 1.947 programas)

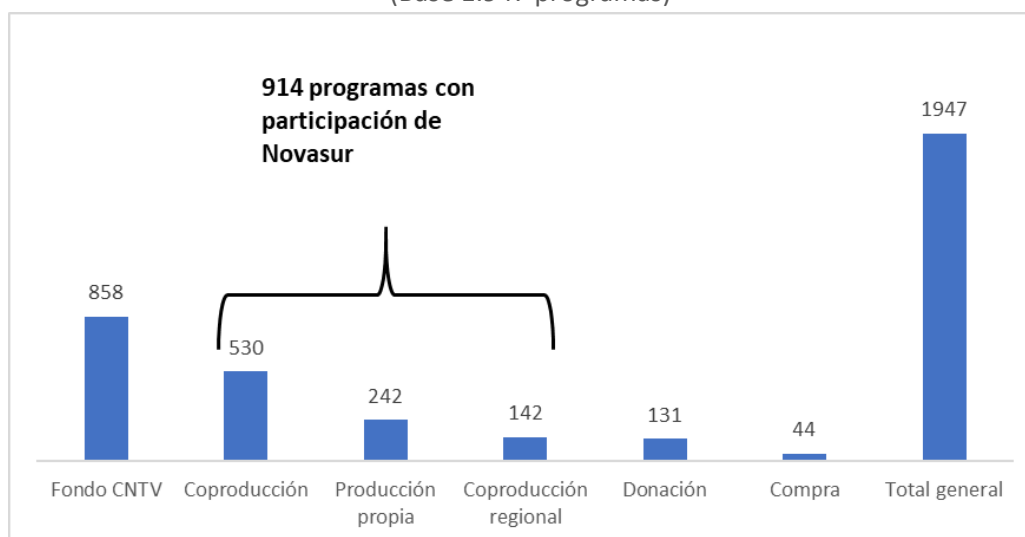
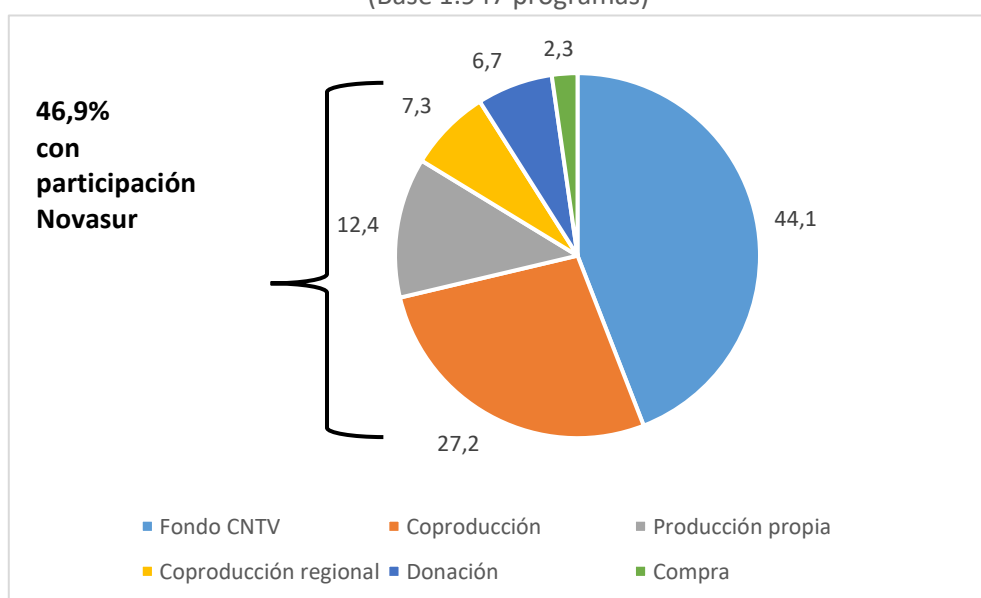


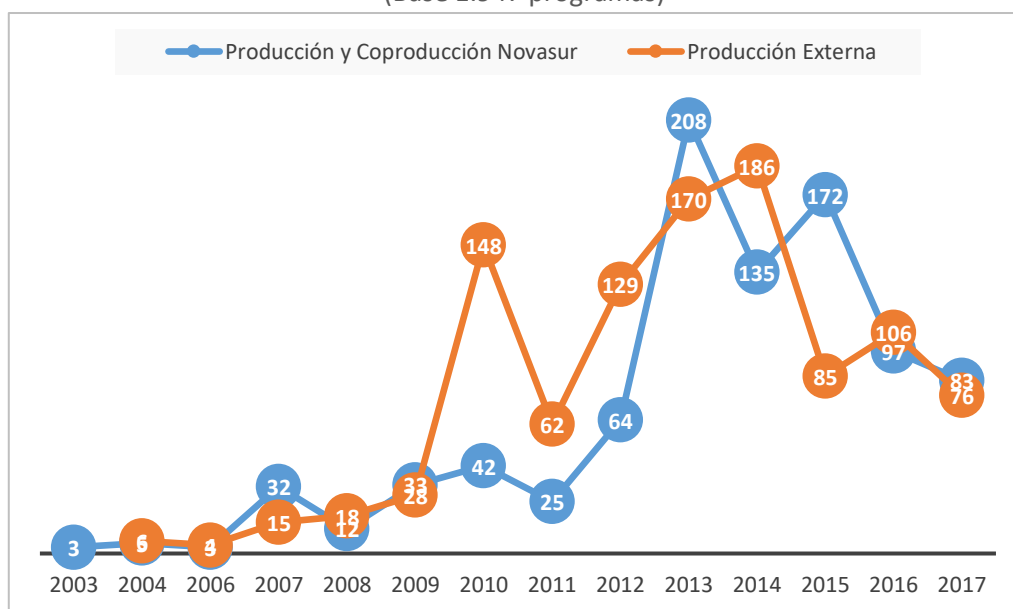
Figura 24. Porcentaje programas nacionales, según adquisición
(Base 1.947 programas)



La parrilla programática nacional de la web de Novasur se ha construido con audiovisuales propios y desarrollados por externos, dado que la producción no es la labor principal del CNTV y se fomentan, se reconocen y valoran los aportes de otros realizadores nacionales. Al comparar la producción de la categoría *Relacionada* (propia, coproducción y coproducción regional) con la *Externa* a lo largo de los años es posible ver cómo a lo largo del tiempo ambas ofertas se complementan. Hay que señalar que ambos tipos de producciones tienen un crecimiento irregular a lo largo de los años, dependiendo de la cantidad de programas ganadores de Fondo, el número de donaciones o el presupuesto estatal disponible para la compra o realización de nuevos videos.

Al ver la evolución de la oferta de contenidos en los que participa Novasur a través de los años, tanto en su rol de productor, coprodutor y coprodutor regional, es posible señalar un aumento entre 2003 y 2013, pasando de 3 capítulos a 208 en una década. Después de un crecimiento irregular en la primera década y de una nueva alza en 2015 (con 172 capítulos) desde 2016 produce una nueva disminución. Asimismo, los contenidos externos alcanzaron un punto alto en 2010 (148 capítulos) y luego en 2018 su máximo (186). En adelante también se percibe una disminución.

Figura 25. Comparación capítulos producción relacionada y externa por año
(Base 1.947 programas)



Las coproducciones nacionales corresponden a 27,2% de los contenidos presentes en la web de Novasur, equivalentes a 553 capítulos y es la forma de producción en la que Novasur está involucrado más numerosa. A través de la alianza con instituciones públicas y privadas se logra asesoría experta y miradas diversas sobre distintos temas. Para efectos de este análisis se separaron las instituciones coproductoras que realizaron programas con Novasur por sí solas, de las organizaciones que se asociaron con otras en la coproducción. En la Tabla 48 se grafican las primeras, es decir aquellas instituciones coproductoras que entre 2006 y 2016 realizaron contenidos juntamente con Novasur, según si son públicas o privadas y de acuerdo con

su ámbito temático. Es posible señalar que la mayoría de los colaboradores son de tipo privado (con 277 capítulos a su haber, versus 135 instituciones públicas) y corresponden a empresas productoras *audiovisuales*. Otras instituciones privadas con amplia presencia son las fundaciones en el ámbito de *educación*. En tercer lugar, están los *canales de televisión* como ARTV.

Respecto de las instituciones públicas, destaca la participación de organismos gubernamentales, por ejemplo, el Servicio Nacional del Consumidor, SERNAC, que está involucrado en la realización de numerosos capítulos vinculados con la *economía y consumo*. Otras instituciones públicas colaboradoras son ACHNU, la Asociación Chilena Pro-Naciones Unidas a través de su Programa Puentes Educativos en el ámbito de los Derechos Humanos. Otra institución pública destacada en la coproducción de contenidos con Novasur es el Consejo Nacional de la Cultura y de las Artes (actual Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio).

Tabla 48. Capítulos coproducciones según institución y ámbito, 2016

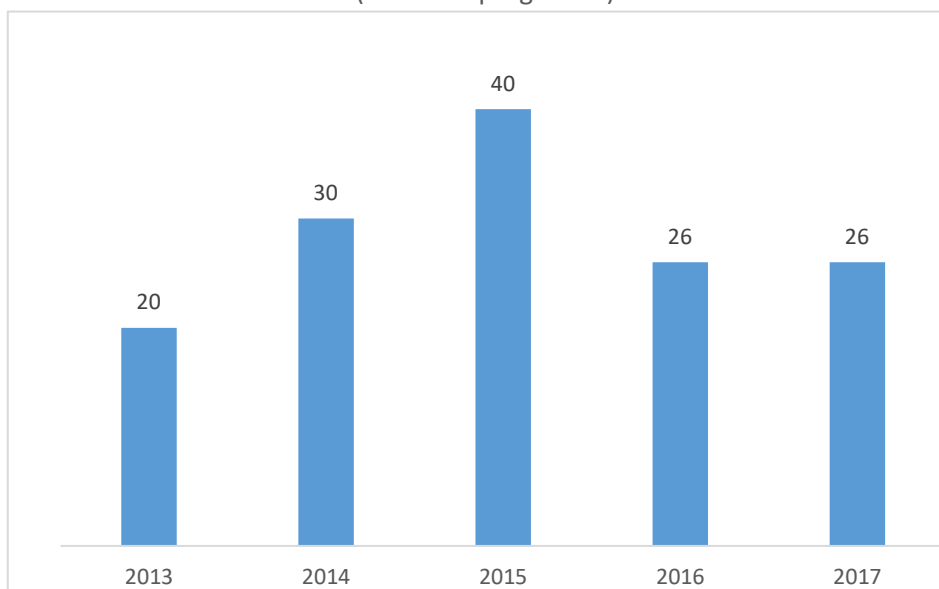
Ámbito	Tipo de institución		Total
	Privada	Pública	
Audiovisual			178
Empresa	132		132
Canal TV	46		46
Educación			72
Fundación	54		54
Gubernamental		14	14
Universidad	4		4
Economía			57
Gubernamental		57	57
Internacional			33
Derechos Humanos		33	33
Minería			29
Empresa	29		29
Cultura, artes y patrimonio			18
Gubernamental		18	18
Medio ambiente			13
Gubernamental		13	13
Ciencia y Tecnología			10
Fundación	10		10
Territorial			2
Fundación	2		2
Total	277	135	412

Respecto de la alianza entre instituciones coproductoras para el desarrollo de programas con Novasur es posible ver que se realiza entre organizaciones públicas, instituciones privadas y mayoritariamente en una alianza entre ambas. Este tipo de coproducciones ha permitido el desarrollo de 118 capítulos. Como es posible ver en la Tabla 49 no existe una fórmula única para la colaboración entre distintas entidades, y el giro de las instituciones es diverso: productoras audiovisuales con entidades públicas (como es el caso de Cábala y Explora – CONICYT), El Consejo de la Cultura y un Museo, Fundaciones y productoras audiovisuales, entre otros.

Tabla 49. Alianza entre coproductores nacionales		
Institución	Tipo de Alianza	Capítulos
Cábala-Explora CONICYT	Público-privada	25
CNCA-GAM	Pública	19
Fundación ciencia para la vida y Ecoscience	Privada	4
Fundación Ciencia & Vida y Eureka	Privada	6
Universidad de Chile y Fundación Andes	Público-privada	4
Fundación Ciencia & Vida, Explora-CONICYT	Privada	10
Fundación Ciencia y Vida, Imago producciones	Privada	17
Pakapaka, TV Brasil, Goethe Institut, Vale TV, Señal Colombia	Público-privada	4
OEI Fundación Mapfre	Público-privada	7
PIEE, FONDEF y Universidad Humanismo Cristiano	Público-privada	1
Pontificia Universidad Católica de Chile, Iniciativa científica Milenio y Ministerio de Economía, Ciencia y Turismo	Público-privada	3
TVN y Minera Escondida	Público-privada	2
UNICEF y Universidad UNIACC	Público-privada	5
Universidad de Valparaíso, Explora-CONICYT	Pública	5
Wood Producciones y Fundación Superación de la Pobreza	Privada	6
Total		118

Las *coproducciones regionales* fueron una modalidad de realización implementada entre 2012 y 2016, en la que cada una de las quince regiones del país gestionaba la realización de al menos dos capítulos con un tema en común (hasta ahora se desarrollaron los temas historias, barrios, derechos de la infancia, patrimonio e identidad) con una o más contrapartes de la localidad, las que debían hacer un aporte financiero equivalente al que entregaba Novasur. Para ello se levantaron mesas audiovisuales regionales en las que participaban distintas instituciones (culturales, sociales, académicas, educacionales, etc.) de la localidad. Las series se realizaban íntegramente en cada una de las respectivas regiones, contratando para ello productoras y profesionales locales, aportando así al generar industria audiovisual regional. Las primeras coproducciones regionales se publicaron en la web en 2013. A la fecha se han elaborado 142 capítulos. El año 2015 hubo un máximo de episodios coproducidos regionalmente (40). Desde 2017 con el fin de la marca Novasur y con la progresiva eliminación del equipo profesional que gestionaba el Programa en las regiones, las coproducciones descentralizadas dejaron de realizarse de manera sistemática y con presupuestos asociados equitativamente para cada zona del país.

Figura 26 Capítulos de coproducciones regional, por año
(Base 142 programas)



Al cuantificar las instituciones coproductoras –a partir de los datos de la base de programas de la web de Novasur– es posible señalar que 79 organizaciones aportaron a la generación de contenidos a lo largo del país, datos que se pueden ver en la Tabla 50. Son tanto públicas (41 de ellas) como privadas (38). En la primera categoría las instituciones gubernamentales aparecen como coproductores en la mayor cantidad de contenidos: universidades públicas (6) y las municipalidades (4). Respecto de las instituciones privadas, en su mayoría corresponden a empresas productoras de contenidos audiovisuales (16). En segundo lugar, las universidades e instituciones de educación superior privadas (7). Las Fundaciones aparecen asociadas a 5 producciones.

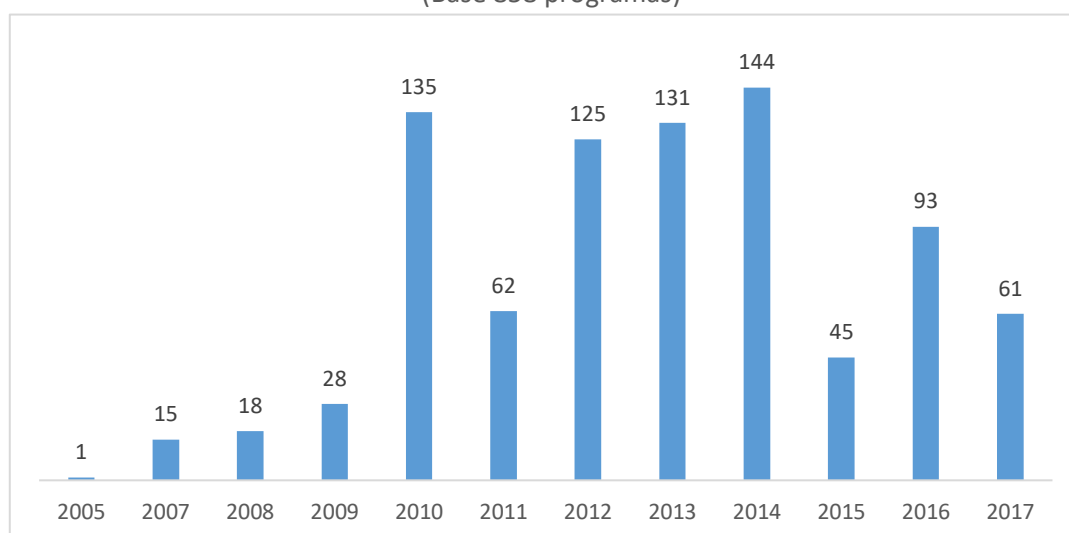
Respecto de los ámbitos en los que se desenvuelven estas instituciones, en general están vinculadas al área de *Cultura, artes y patrimonio* (20), categoría en la que destaca el Consejo Nacional de las Culturas y las Artes (CNCA, hoy Ministerio) en 9 ocasiones. Otros sectores son la realización *audiovisual* (con instituciones como empresas productoras (16) y canales de TV local (4), el ámbito *territorial* a través de fundaciones privadas (5) como Pro-O'Higgins, y órganos gubernamentales como el Programa Quiero Mi Barrio del Ministerio de Vivienda y Urbanismo, MINVU (4). Las universidades tanto públicas como privadas hacen un gran aporte en el ámbito de *educación*. Destaca la entidad privada Universidad Santo Tomás (3).

En el sector de la *ciencia y tecnología* destaca Explora CONICYT organización estatal para el fomento y difusión científica que colabora en la generación de contenidos a través de sus pares regionales (4).

Tabla 50. Número de entidades coproductoras, según institución, 2012-2016			
Ámbito o institución	Privada	Pública	Total
Audiovisual			20
Empresa	16		16
Canal TV local	3	1	4
Cultura, artes y patrimonio			18
Gubernamental		11	11
Centro Cultural	2	2	4
Institución Municipal		2	2
Fundación		1	1
Territorial			14
Fundación	5		5
Gubernamental		4	4
Municipalidad		4	4
Centro Investigación	1		1
Educación			13
Universidades e Inst. Educación Superior	8	5	13
Gobierno			3
Gobierno		2	2
Gubernamental		1	1
Ciencia y Tecnología			7
Centro investigación	1	3	3
Medio ambiente			2
Gubernamental		2	2
Deportiva			1
Asociación	1		1
Servicios			1
Empresa	1		1
Total	37	42	79

Respecto de los Programas externos, se destaca la masiva presencia de contenidos financiados por el Fondo del Consejo Nacional de Televisión, a través de su línea de Fomento (44,1% del total). El Fondo del CNTV para el fomento de contenidos televisivos de calidad es la fuente más relevante de contenidos externos de Novasur (correspondientes a 858 capítulos). Este subsidio a la producción financia las propuestas de programas que son un aporte a la televisión en diferentes categorías (ficción, no ficción, películas para televisión, microprogramas, series infantiles, programas regionales y locales comunitarios) los que deben ser exhibidos a través de los canales de televisión abierta. Los programas ganadores por contrato pueden ser exhibidos por Novasur. Los realizadores también pueden autorizar o no la exhibición de sus materiales a través de la web del canal. La cantidad de programas premiados varía cada año, dependiendo de la cantidad de aspirantes que se presentan y a los montos asignados según categoría. Los años 2012 a 2014 se ingresó la mayor cantidad de contenidos procedentes del Fondo a la web de Novasur (125, 131 y 144 capítulos respectivamente).

Figura 27. Capítulos anuales programas nacionales Fondo CNTV
(Base 858 programas)



Al caracterizar los programas provenientes del Fondo CNTV, es posible ver una gran diversidad. Respecto de los públicos, 50,5% de los programas (433 episodios) corresponden a espacios dedicados a público infantil (menor de 6 años) y para niños entre 7 y 12 años. Los restantes 404 capítulos están dedicados a público general y sólo 21 para jóvenes. En relación con los géneros y técnicas, 400 programas son contenidos de ficción, 328 de ellos animaciones y 72 acción real. Los programas de No ficción, en su mayoría dedicados a público general, equivalen a 458 capítulos. Se trata de contenidos de carácter familiar como el programa ganador del *EMMY Con qué sueñas*. Respecto de los género y subgéneros para público infantil y niños, la mayoría de los contenidos son series de ficción animadas, como *Horacio* y *Los Plasticines*, *Flippos*, *Las Aventuras de Muelín* y *Perlita*, entre otros. Para pequeños entre 7 y 12 años también se incluyen contenidos de No Ficción, en especial documentales como *Los Tela* y *Cehacheí*.

Tabla 51. Programas Fondo CNTV, según género

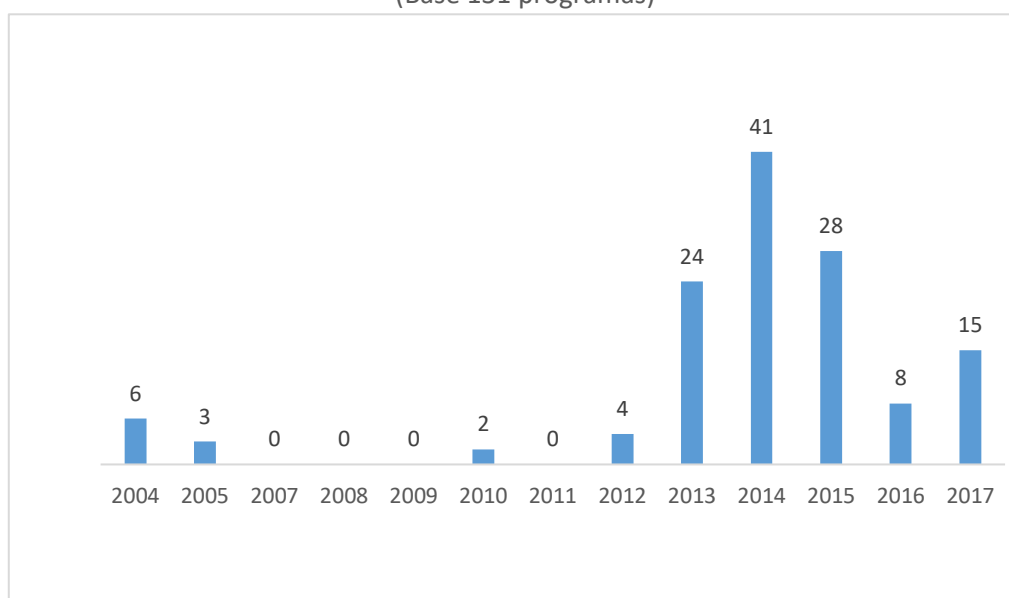
(Base 858 programas)					
Género y Subgénero / Público	Infantil	Niños	Jóvenes	General	Total
Ficción	214	168	0	18	400
Instructivo	14	0	0	0	14
Videoclip	49	6	0	0	55
Serie	151	162	0	18	331
No ficción	0	51	21	386	458
Docu-ficción	0	12	0	0	12
Documental	0	39	21	368	428
Videoclip	0	0	0	18	18
Total	214	219	21	404	858

Al analizar la diversidad temática de los programas provenientes del Fondo CNTV es posible señalar que se trata de una composición heterogénea de contenidos. La mayoría de los capítulos son del ámbito de Cultura y Patrimonio (287 episodios), Formación Ciudadana (190) y Medio ambiente (109).

Tabla 52. Programas Fondo CNTV, según tema	
(Base 858 programas)	
Tema	Capítulos
Artes visuales	12
Ciencia y Tecnología	71
Cultura y patrimonio	287
Deportes	13
Formación ciudadana	190
Historia y geografía	13
Lenguaje y literatura	54
Matemática	21
Medio ambiente	109
Misceláneo	35
Música	27
Salud y bienestar	26
Total	858

Desde 2013 se ha producido una importante alza en el número de donaciones de programas nacionales, en gran parte asociada a las alianzas con otras instituciones: del Estado como Explora-CONICYT, organizaciones científicas privadas como la Fundación Ciencia y Vida y organismos culturales. En el año 2014 se alcanzó un máximo con la donación de 41 episodios.

Figura 28. Capítulos programas nacionales, adquiridos por donaciones
(Base 131 programas)

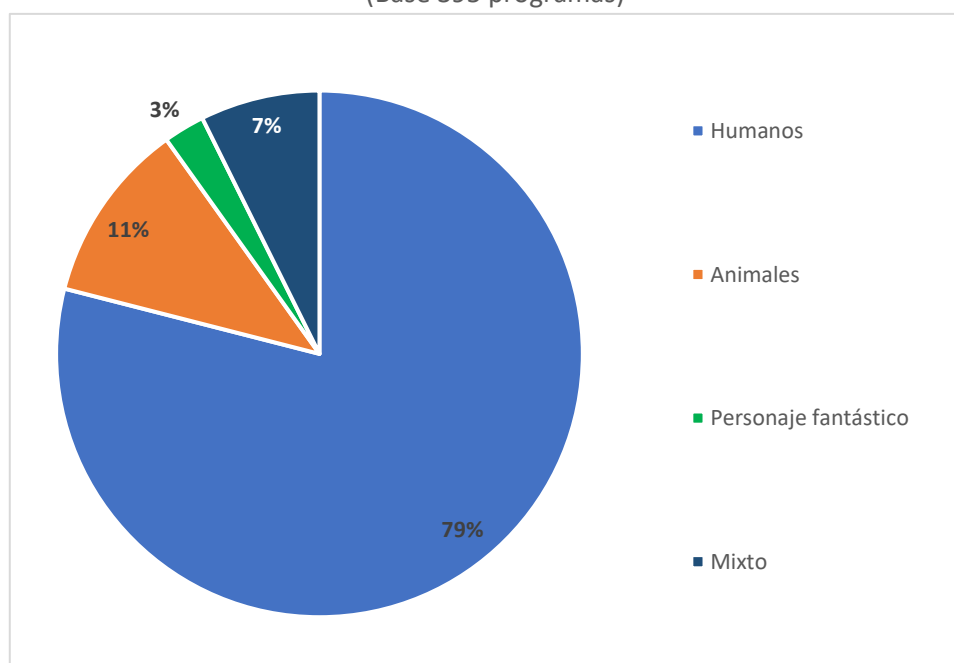


4.2.3. Personajes protagónicos y diversidad territorial

Un indicador de la diversidad de las series infantiles de Novasur es la variedad de los personajes que las protagonizan. Para efectos del análisis, la medición se efectuó sobre los programas nacionales con los que Novasur tiene alguna relación, es decir aquellos de realización propia, las coproducciones nacionales y las coproducciones regionales que están dirigidos a público infantil (hasta 6 años) y a niños entre 7 y 12 años.

Del total de 456 programas que corresponden a esta categorización, sólo 61 de ellos (correspondiente a 13,4% del total) no tienen un protagonista claro: se trata de documentales que cuentan con un narrador, como la serie *Amigo Salvaje*. Los restantes 395 programas (86,6% del total) tienen uno o más personajes encargados de conducir la acción, los que fueron clasificados según su tipo: humanos, animales, personajes fantásticos y una categoría mixta. El 79% los programas infantiles de Novasur tienen protagonistas humanos (312 programas), un 11% es protagonizado por animales y el 3% es liderado por personajes fantásticos (como robots o extraterrestres). El 7% restante son combinaciones de protagonistas como humanos con animales y humanos con personajes fantásticos.

Figura 29. Tipo de protagonistas programas propios y coproducciones Novasur
(Base 395 programas)



Al mirar con más detalle a los personajes, por ejemplo, según grupos etarios, los niños y niñas son los principales protagonistas: 192 capítulos, equivalentes a 49% de los programas) son de este rango de edad. Los jóvenes protagonizan 26 contenidos (6% de los programas), mientras que los adultos son los personajes principales de 57 episodios (14%). Las familias con integrantes de varias edades protagonizan 35 programas (9%). De los restantes capítulos, 31 tiene protagonistas de diversas edades (8%) y en 54 programas, equivalentes a 14% de los casos, no es posible determinar la edad de los protagonistas.

Figura 30. Protagonistas programas propios y coproducción, según edad
(Base 395 programas)

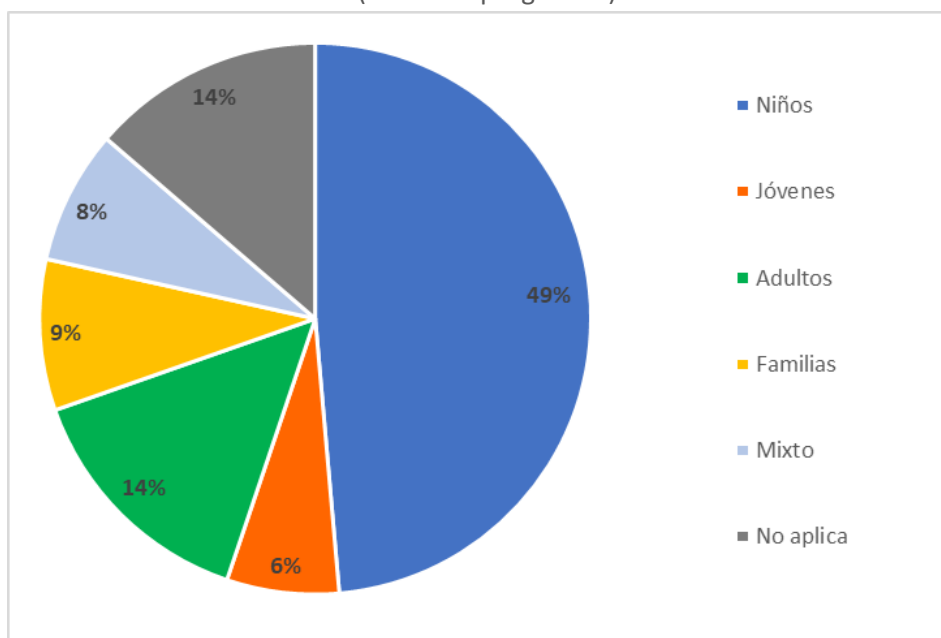
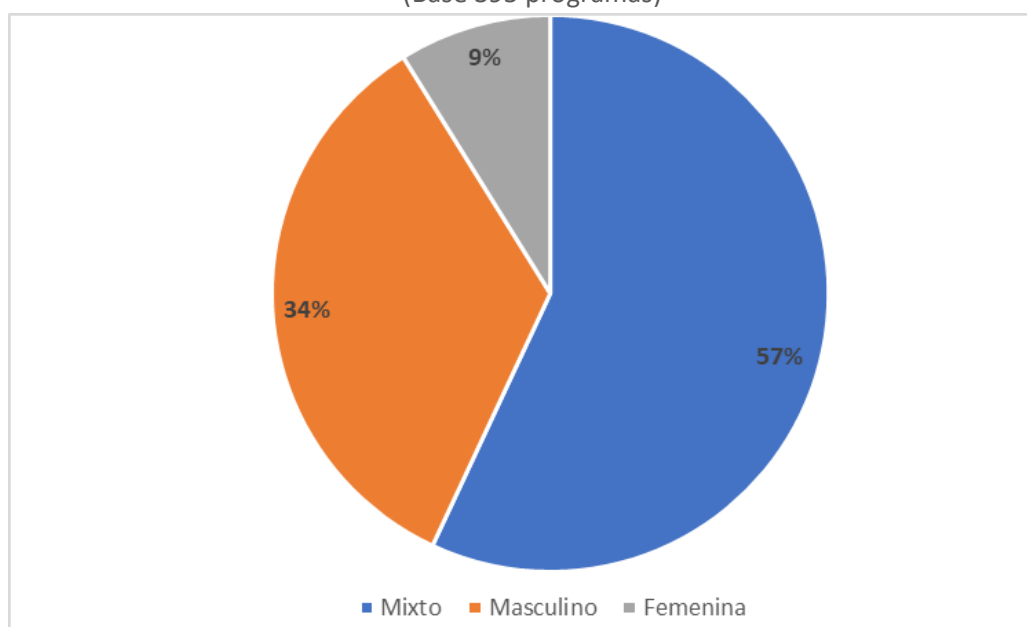


Figura 31. Protagonistas programas propios y coproducciones, según género
(Base 395 programas)



Respecto de la presencia femenina en roles protagónicos, cabe destacar que la mayoría de los programas –225 correspondientes a 57% de los capítulos– son mixtos. Sólo 35 episodios son protagonizados sólo por mujeres (9%). Entre ellos destacan series como *Malandria*. Además, 135 capítulos (34%) tienen protagonistas masculinos.

La participación femenina difiere según si se trata de personajes protagónicos humanos, animales o fantásticos. Mientras que los programas cuyos personajes principales son humanos son mayoritariamente mixtos (205 capítulos). Igualmente, la mayoría de los protagonistas es masculina (78 episodios) hay una presencia femenina no despreciable (29 programas). Cuando los programas están protagonizados por animales o personajes fantásticos, prácticamente la totalidad de los personajes principales son masculinos.

Tabla 53. Protagonistas programas, según género				
(Base 395 programas)				
Protagonista / Género	Femenina	Masculino	Mixto	Total
Humanos	29	78	205	312
Animales	1	42	1	44
Personaje fantástico	0	10	0	10
Varios Tipos	5	5	19	29
Total	35	135	225	395

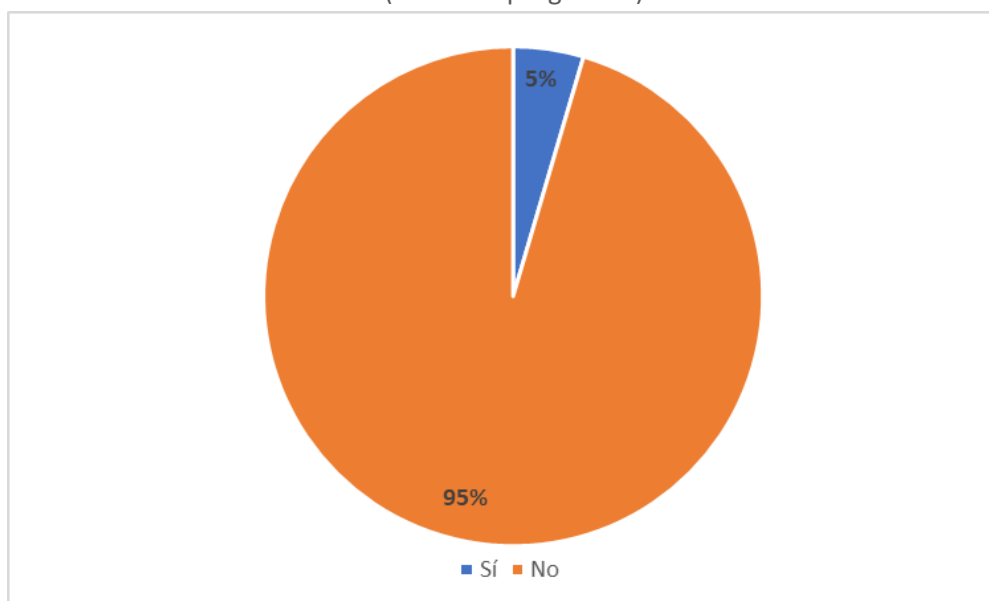
Al mirar la participación femenina según grupos etarios se observa que cuando los protagonistas son niños, la mayoría de los programas son mixtos. Asimismo, la mayor cantidad de programas con presencia femenina son protagonizados por niñas (25 capítulos, versus 1 programa con protagonista joven y 4 espacios con roles principales de mujeres adultas). La mayoría de los roles principales masculinos son adultos: 42 programas que corresponden a 73,7% del total de espacios protagonizados por esta categoría de edad. Respecto de las familias, si bien mayoritariamente los programas son mixtos, destacan las series *Talakanta* y la *Máquina de Nubes* cuyos personajes principales son abuelas y sus nietas. Es llamativo que los programas que no corresponden a una edad específica son mayoritariamente protagonizados por hombres (52 capítulos).

Tabla 54. Protagonistas programas, según género y edad							
(Base 395 programas)							
Protagonistas / Edad	Niños	Jóvenes	Adultos	Familias	Varias Edades	Sin Especificar	Total
Femenina	25	1	4	4	0	1	35
Masculino	35	4	42		2	52	135
Mixto	132	21	1	31	29	1	225
Total	192	26	57	35	31	54	395

Otra de las dimensiones consideradas en el análisis fue la presencia de protagonistas con alguna discapacidad. Si bien es una proporción menor respecto del total, ya que sólo 5% de los programas incluye un protagonista con discapacidad, es una realidad que recientemente está siendo considerada dentro de la diversidad de contenidos infantiles. Tres series de producción propia y una coproducción regional presentan niños y niñas diversos según esta dimensión. La serie con mayor cantidad de capítulos (15) es *En la punta de la lengua* que es protagonizada por tres hermanos: Jacinta, Pascual y Manuel que tiene síndrome de *down*. Otros programas corales, que tienen a varios niños como personajes principales en cada capítulo, como

Investigamigos y Reporteros 3.0 en al menos uno de sus episodios incluyen a un protagonista con alguna discapacidad, como sordera o dificultades motoras. El programa *Un viaje por mi región: Barrios* también presenta a un protagonista con discapacidad.

Figura 32. Protagonistas con discapacidad
(Base 395 programas)



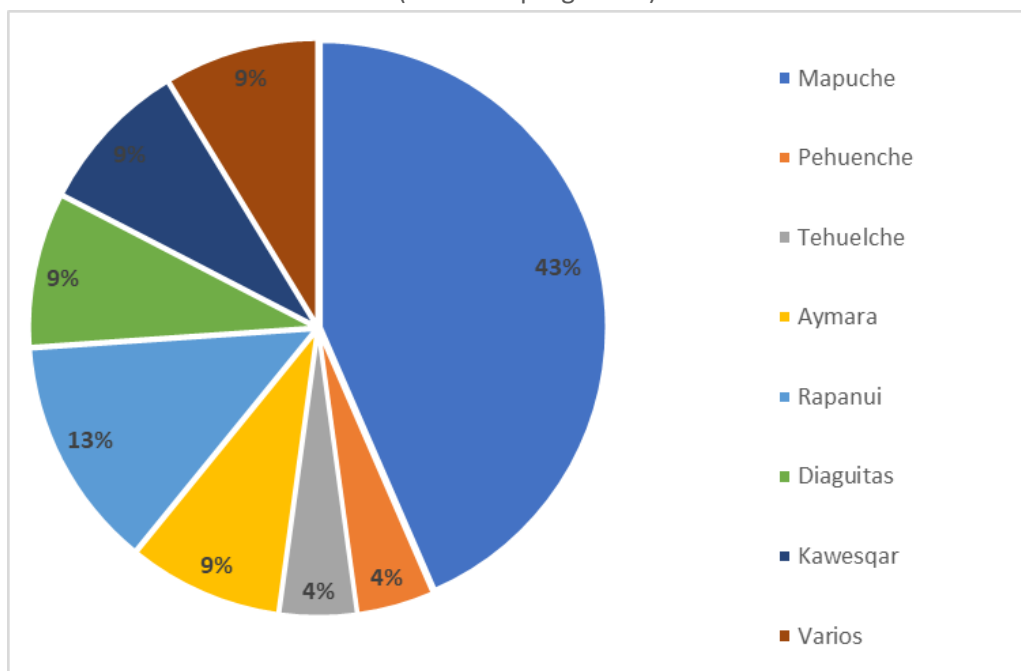
Cabe destacar que entre los programas estrenados entre 2018 hasta marzo de 2019 – y que por tanto que quedaron fuera del análisis realizado en esta investigación– tienen protagonistas con alguna discapacidad, lo que indica que es una dimensión que está siendo considerada para la producción de contenidos propios. La serie animada *Villa Clo* tiene como personajes principales a dos amigos, Santi y la Cata, que tiene una dificultad motora. Asimismo, *Pichintún* programa reconocido por su calidad en diversos eventos internacionales, amplió su rango de protagonistas en 2018 incluyendo a niños diversos, más allá de su pertenencia a pueblos originarios. El capítulo *Camilo, un niño ciego* ha sido premiado en festivales como la versión 2018 de Fan Chile, en el Festival Ojo de Pescado 2018 y en la versión 2019 de *Prix Jeunesse* Iberoamericano 2019, realizado en el marco del Festival *ComKids* en Brasil, como mejor programa para niños menores de 6 años. El programa también fue emitido por el canal *NHK* de Japón, como un reconocimiento a su calidad.

Respecto de la presencia de representantes de pueblos originarios, 23 programas (5,8%) exclusivamente de producción propia y coproducciones tienen protagonistas que son parte de alguno de ellos. Se trata de series documentales como la coproducción regional *Soy único en mi comunidad* y otras animadas como *Pichintún*. La mayoría de estos protagonistas pertenecen al pueblo mapuche (43% correspondientes a 10 capítulos) y algunos se declaran más específicamente pehuenches (4%) y tehuelches (4%) como los niños de la serie *Nosotros los niños y niñas del Wallmapu*. Entre los demás pueblos originarios, el que tiene mayor presencia es el pueblo rapanui de Isla de Pascua (13%). Aymaras, diaguitas, kawésqar y grupos mixtos ocupan 9% cada uno. Es destacable que la mayoría de los protagonistas de pueblos

originarios son niños y niñas (20 programas) y que en este segmento hay una distribución de roles femeninos más equitativa (5 capítulos son protagonizados por niñas, 7 episodios tienen personajes principales masculinos y 8 de ellos son mixtos).

Figura 33. Protagonistas pueblos originarios

(Base 395 programas)



Otra dimensión considerada para el análisis fue la presencia de personajes migrantes. Los programas con protagonistas migrantes corresponden a 11 capítulos, equivalentes a sólo 2,8% del total de series de producción nacional y coproducciones vinculadas a Novasur. La totalidad de capítulos corresponde a programas protagonizados por niños y niñas. La serie *Un mundo de amigos* es una coproducción nacional realizada en conjunto con el Consejo Nacional de la Cultura, las Artes y el Patrimonio y cuenta el testimonio sobre la amistad de niños chilenos de diferentes lugares del país y sus amigos que provienen de diferentes países. Por su parte las coproducciones regionales *Jallala Tamarugal*, *Los niños y niñas de Tarapacá*, y *Wawanacas* realizadas respectivamente en las regiones de Tarapacá y Arica y Parinacota cuentan con testimonios de niños migrantes latinoamericanos que han llegado a vivir a la zona norte del país. Entre las series estrenadas entre 2018 y marzo de 2019 hay algunas protagonizadas por niños migrantes e incluso en la serie *Pichintún* incluyó en su segunda temporada un episodio protagonizado por Luisa María una niña nacida en Colombia.

La procedencia territorial de los protagonistas también fue cuantificada para dar cuenta de las localidades, paisajes y comunidades del país presentes en la pantalla en los programas vinculados a Novasur (producción propia, y coproducciones) tanto de ficción como de no ficción, de acción real o animaciones. Sobre el total de 395 programas con uno o más personajes protagónicos, se constató que en 229 (58% de ellos) no se hace referencia a una localidad o región específica de Chile. En 151

programas (correspondientes a 38,2%) fue posible identificar el lugar a la que pertenecen el o los protagonistas y en 15 de ellos (3,8%) se menciona o se muestra más de un lugar o región del país.

Pese a que hay localidades que no están debidamente identificadas, es posible observar al considerar todos los programas con personajes protagónicos si la acción ocurre en un escenario urbano, rural o en ambos. Mayoritariamente los programas con un protagonista ocurren en entornos urbanos (207 episodios correspondientes al 52,4%). En 98 episodios no es posible identificar si se trata de ciudades u otro tipo de zona y en 77 episodios (19,5%) los protagonistas se desenvuelven en el ámbito rural. En trece programas la acción ocurre en ambos entornos.

Tabla 55. Programas procedencia protagonistas, según ámbito urbano y rural				
(Base 395 programas)				
Zona	Localidades	Varias Regiones	Sin Especificar	Total
Urbano	91	8	108	207
Rural	52	2	23	77
Ambos	8	5	0	13
No aplica	0	0	98	98
Total	151	15	229	395

Acotando a las localidades que pudieron ser identificadas (151 programas) si bien la mayor parte de los personajes están en zonas urbanas (91 programas), hay una importante cantidad de capítulos que transcurren en la ruralidad (52 capítulos). Mientras en la Región Metropolitana predominan los programas cuyos protagonistas viven en zonas urbanas (36 contra sólo dos episodios de zonas rurales), otras regiones del norte y del sur tienen una importante presencia de protagonistas y localidades rurales, por ejemplo, para reflejar lugares propios de los pueblos originarios como los aymaras y quechuas en las regiones del norte, los rapanui en la región de Valparaíso y mapuche en las zonas sureñas del Bío-Bío y Araucanía. Del mismo modo, las regiones extremas del país tienen presencia en la programación.

Tabla 56. Programas procedencia protagonistas, según región y ámbito				
(Base 151)				
Región	Urbano	Rural	Ambos	Total
Arica y Parinacota	3	6	0	9
Tarapacá	3	1	0	4
Antofagasta	2	2	0	4
Atacama	0	2	0	2
Coquimbo y La Serena	5	4	0	9
Valparaíso	17	7	8	32
O'Higgins	5	0	0	5
Maule	1	2	0	3
Bío-Bío	3	12	0	15
Araucanía	0	5	0	5
Los Ríos	5	2	0	7
Los Lagos	8	2	0	10
De Aysén	1	1	0	2
Magallanes	2	4	0	6
RM	36	2	0	38
Total	91	52	8	151

Al mirar la distribución de protagonistas a lo largo del país, es posible considerar que existe una equilibrada presencia de localidades de diferentes zonas del país (norte, centro y sur). La mayoría de los contenidos tienen como escenario el centro del país en la que se concentra la población (40 episodios). Asimismo, en la Región Metropolitana, en la que se encuentra la capital nacional, se contabilizan 38 programas. Otros 28 capítulos ocurren en la zona norte y 30 programas en el sur. Al mirar las regiones separadamente, la de Valparaíso es la que tiene mayor presencia en pantalla luego de la capital (32 programas). En el ámbito rural, las regiones sureñas de Bío-Bío y Los Lagos aparecen en mayor medida, coherentemente con la presencia de grupos de pueblos originarios mapuche que allí habitan.

Tabla 57. Programas procedencia protagonistas, según zona y regiones			
(Base 151)			
Zona	Subtotal	Región	Capítulos
Norte	28	Arica y Parinacota	9
		Tarapacá	4
		Antofagasta	4
		Atacama	2
		Coquimbo y La Serena	9
Centro	40	Valparaíso	32
		O'Higgins	5
		Maule	3
Sur	30	Bío-Bío	15
		Araucanía	5
		Los Ríos	7
		Los Lagos	10
		De Aysén	2
		Magallanes	6
RM	38	Región Metropolitana	
Total			151

4.2.4. Contenidos curriculares y no curriculares

Si bien Novasur se inició como una señal en apoyo exclusivo a los contenidos escolares, la oferta de contenidos educativos es 42,5%, mientras 57,2% no están vinculados a un curso o asignatura específicos. Actualmente el desarrollo de contenidos en apoyo a la docencia es uno de los cuatro ejes programáticos de la señal. Los contenidos curriculares son principalmente nacionales (72,7%).

La oferta de programas nacionales en apoyo a las asignaturas escolares se complementa con programas extranjeros, que en su totalidad han sido adquiridos mediante compra. La mayor cantidad de contenidos curriculares de procedencia extranjera vienen principalmente de España, Estados Unidos y Corea.

Tabla 58. Número y Porcentaje programas curriculares y no curriculares			
(Base total programas 2.264)			
	Curriculares	No Curriculares	Total
Número	962	1.302	2.264
Porcentaje	42,5%	57,5%	100%

Fuente: Basada en Programas de la Plataforma Novasur

Tabla 59. Número y porcentaje programas curriculares, según procedencia			
(Base 1.302 programas)			
	Chilenos	Extranjeros	Total
Número	699	263	962
Porcentaje	72,7%	24,5%	100%

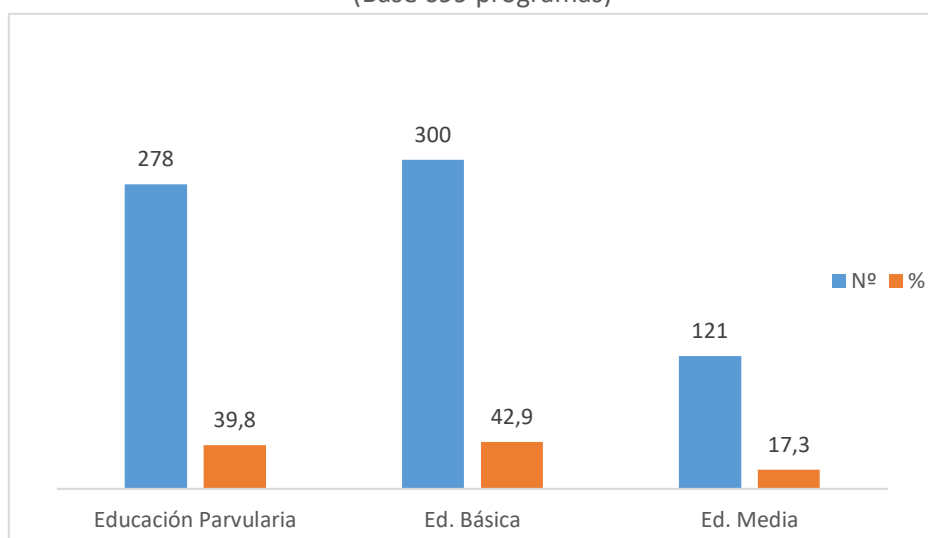
Fuente: Elaboración propia con datos Base de datos Programas Plataforma Novasur

Tabla 60. Número programas curriculares y no curriculares, por país			
(Base total programas 2.264)			
País	No Curriculares	Curriculares	Total
Argentina	6	-	6
Brasil	4	10	14
Canadá	20	-	20
Chile	1.248	699	1.947
Colombia	6	-	6
Corea	11	48	59
España	-	99	99
Estados Unidos	-	97	97
México	1	-	1
Perú	-	9	9
Uruguay	2	-	2
Venezuela	4	-	4
Total	1.302	962	2.264

Fuente: Elaboración propia con datos Base de datos Programas Web Novasur

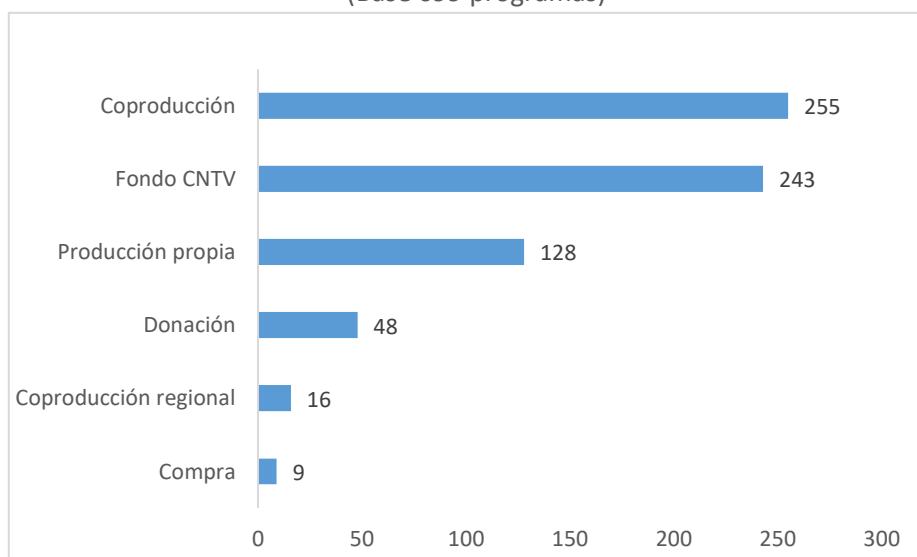
La mayoría de los contenidos Curriculares Nacionales están de acuerdo con el público objetivo de audiencia declarada por Novasur –entre los 6 y los 12 años–. La programación de Educación Básica corresponde a 42,9% (primero a octavo año), seguido por los espacios de Educación Parvularia (39,8%). Sólo el 17,3% corresponde a contenidos de educación secundaria. Los contenidos curriculares presentan una gran diversidad temática, cubriendo gran parte de las asignaturas de los distintos niveles.

Figura 34. Número y porcentaje capítulos programas curriculares nacionales
(Base 699 programas)



Los programas nacionales vinculados con una asignatura y un nivel provienen de distintas fuentes. la mayor parte de ellos son fruto de la coproducción entre Novasur y otras entidades, ya sean públicas o privadas (255 programas, equivalentes a 36,5%). En segundo lugar, están los contenidos financiado por el Fondo del Consejo Nacional de Televisión (34,8%) En tercer término, están los contenidos de producción propia, realizados por Novasur, mediante licitaciones o directamente: 128 episodios, correspondientes a 18,3%. Otras formas de adquisición son la donación y la coproducción regional, a lo largo del país. Sólo 1,3% de los capítulos son adquiridos mediante la compra.

Figura 35. Número de capítulos programas curriculares nacionales, por adquisición
(Base 699 programas)

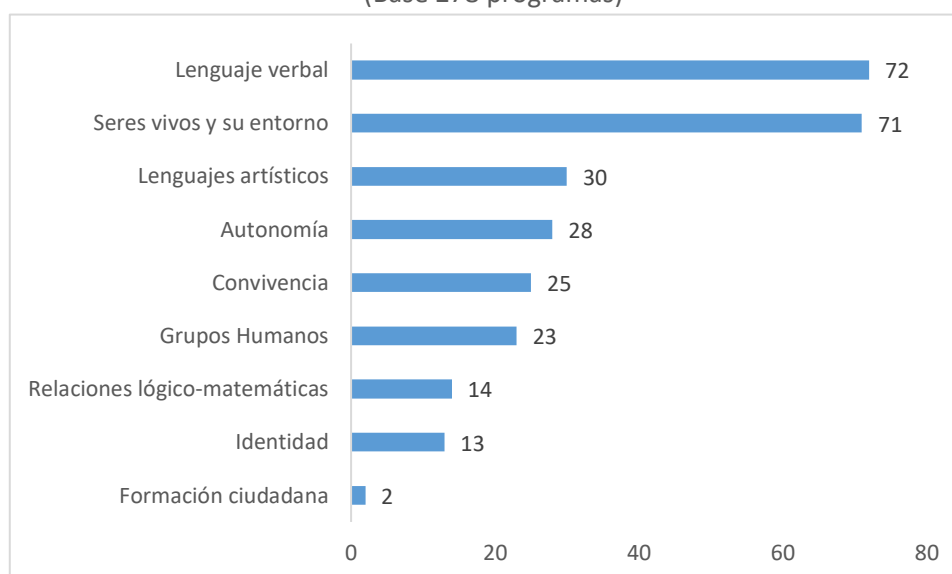


Si bien en Educación Parvularia y Básica hay un predominio de las asignaturas de la producción nacional hacia cursos tradicionales como ciencias, lenguaje y matemáticas y un menor énfasis en la formación ciudadana y las artes, más presentes en los contenidos no curriculares, en Educación Media hay mayor énfasis en Lenguaje y Artes.

En Educación Parvularia destaca una gran cantidad de contenidos dedicados a Lenguaje verbal con series como *En la punta de la Lengua*. El segundo más numeroso es el eje temático de seres vivos y su entorno, que incluye series como tres temporadas de *Las Aventuras de Ruka* o el programa estrenado en 2017 *Lyn y Babas*.

Otros de los Núcleos en Educación Parvularia, como Lenguajes artísticos, Autonomía y convivencia también cuentan con presencia en la web. El ámbito con menor desarrollo curricular de producción chilena para niños menores de seis años es la formación ciudadana, con apenas dos programas.

Figura 36. Programas curriculares nacionales Educación Parvularia
(Base 278 programas)

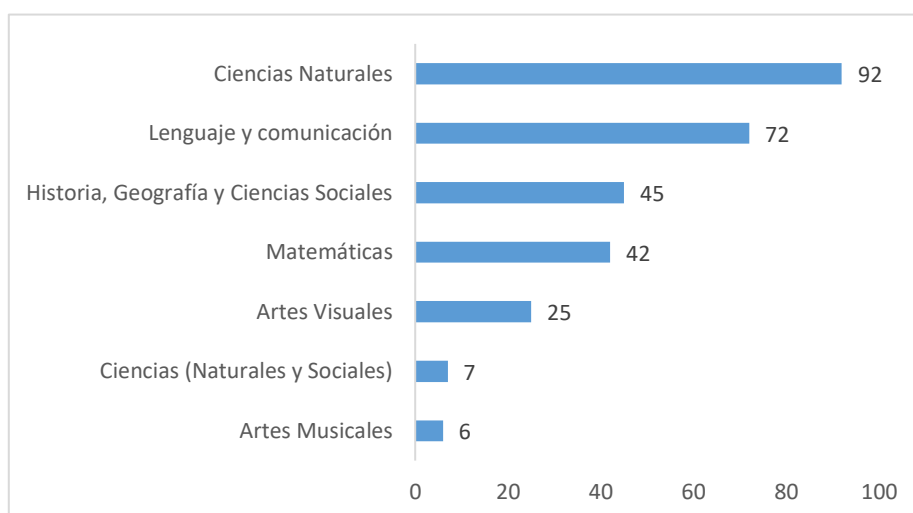


Los programas curriculares internacionales de Educación Parvularia corresponden a 209 capítulos procedentes de España, Estados Unidos, Corea y Brasil. Las series extranjeras adquiridas o donadas que provienen del extranjero complementan núcleos con menor presencia de capítulos nacionales. Entre ellos está Autonomía, con programas como *Vitaminix* de España, *I Koo* de Corea. La serie estadounidense *Peg + Gato* aparece vinculada al núcleo de Relaciones lógico-matemáticas. El programa brasileño *El mundo de Luna* se utiliza en el núcleo de Seres vivos y su entorno.

Tabla 61. Número programas curriculares extranjeros Educación Parvularia

(Base 209 programas)			
País	Nombre Serie	Núcleo	Capítulos
Brasil	El mundo de Luna (clip)	Seres vivos y su entorno	10
Corea	I Koo	Autonomía	21
		Grupos Humanos	1
		Relaciones lógico - matemáticas	1
	Matemáticas divertidas con Ria	Relaciones lógico - matemáticas	22
España	Vitaminix	Autonomía	82
		Convivencia	17
Estados Unidos	Es un gran, gran mundo	Seres vivos y su entorno	10
	Mis amigos animales	Seres vivos y su entorno	24
	Peg + Gato	Relaciones lógico - matemáticas	21
Total			209

Entre los capítulos realizados en el país destinados a Enseñanza Básica, los más numerosos son los de Ciencias Naturales (92 episodios). Entre las series destacan *Amigo Salvaje* y *Camaleón y las naturales ciencias*. Siguen los programas de la asignatura Lenguaje y Comunicación (72 episodios), con programas como *Cuéntame un Cuento*. Otras disciplinas como Historia, Geografía y Ciencias Sociales y Matemáticas también tienen una destacada presencia. Artes musicales es la asignatura con menor cantidad de contenidos disponibles en la web de Novasur.

Figura 37. Capítulos programas curriculares destinados a Educación Básica

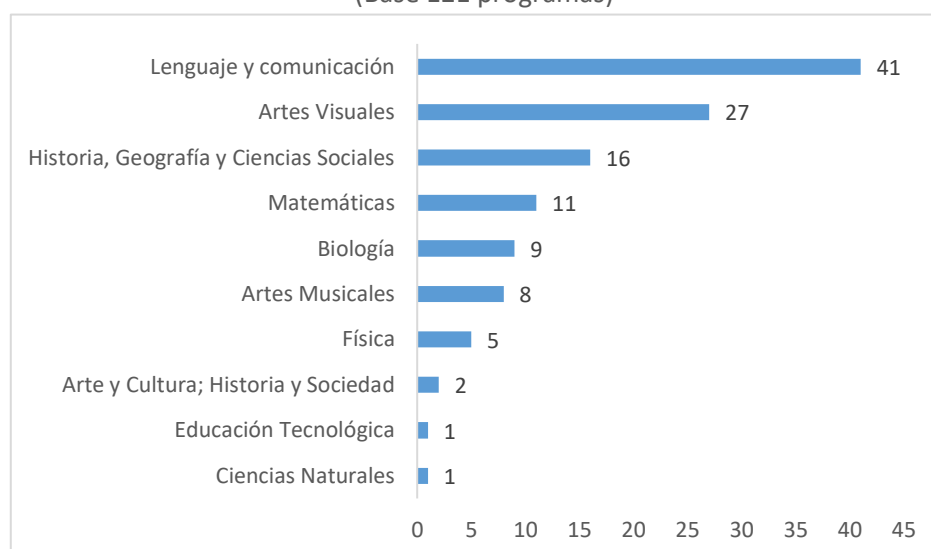
La oferta de contenidos curriculares extranjeros es bastante menor para el nivel de educación básica, sin embargo, ella sirve para incluir programas que no existen en la oferta nacional como la serie de 42 capítulos *Max Boyd* de la asignatura de inglés. La coreana *The Birds and the bees* es utilizada para el curso de Orientación ya que aborda la temática de sexualidad. Otra serie coreana llamada *Antiguas civilizaciones al descubierto* está categorizada en la asignatura de Historia, Geografía y Ciencias Sociales.

Tabla 62. Número programas curriculares extranjeros Educación Básica

Tabla 52. Número programas curriculares extranjeros Educación Básica			
(Base 49 programas)			
País	Nombre	Asignatura	Capítulos
Corea	Antiguas civilizaciones al descubierto	Historia, Geografía y Cs. Sociales	1
	The birds and the bees	Orientación	2
Estados Unidos	Max Boyd	Inglés	42
Perú	Experimentores	Ciencias Naturales	3
		Química	1
Total			49

Los contenidos destinados a Educación secundaria pertenecen principalmente a la asignatura de Lenguaje y Comunicación (son 41 programas correspondientes a 33,8%, es decir más de un tercio de los programas para ese nivel). Entre las series de esta asignatura destaca *Conectados/Comunicados*. Artes visuales ocupa el segundo lugar con 27 capítulos de los programas *Arte Chileno Contemporáneo* y *Chile Gráfico*. La categoría de Historia, geografía y ciencias sociales incluye 16 contenidos. Respecto de los programas extranjeros curriculares para enseñanza media, sólo está en programa *Experimentores*, de Física y Química.

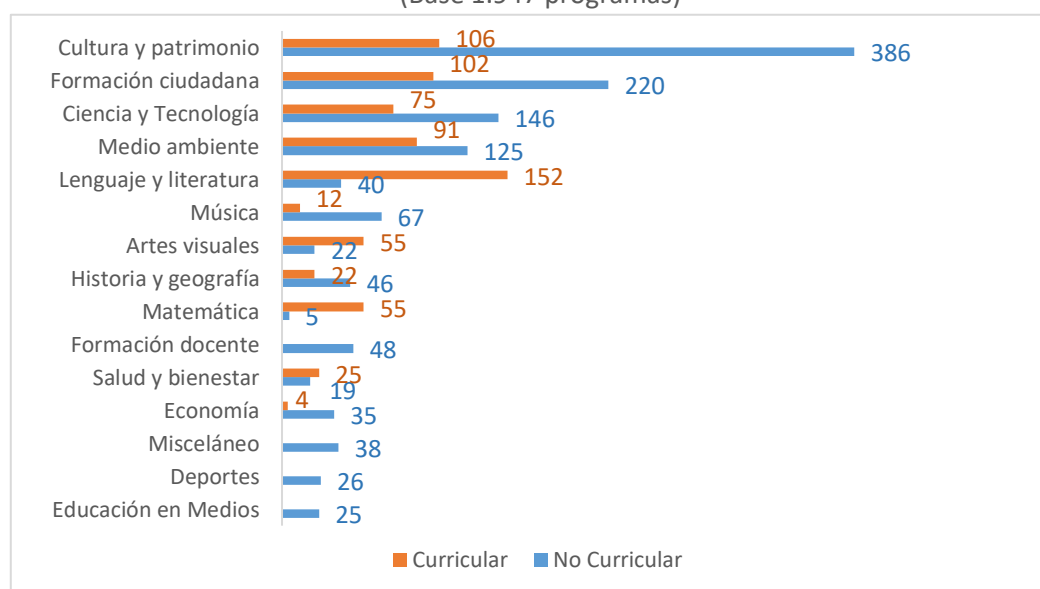
Figura 38. Capítulos programas curriculares Educación Media
(Base 121 programas)



4.2.5. Diversidad temática de los contenidos nacionales

En relación con los contenidos, incluyendo a los curriculares y no curriculares nacionales, existe una gran diversidad con temáticas que abordan desde la ciencia, medio ambiente, deporte, salud, artes visuales, formación docente, entre otros. Es posible constatar que la mayor parte corresponde a series dedicadas a la Cultura y Patrimonio (492 capítulos), Formación Ciudadana (322), Ciencias y Tecnología (221) y Medio ambiente (216). Los contenidos curriculares más numerosos están vinculados a la temática de Lenguaje y Literatura (152), Cultura y Patrimonio (106) y Formación Ciudadana (102).

Figura 39. Programas nacionales curriculares y no curriculares, según tema
(Base 1.947 programas)



Al analizar los programas nacionales según tema y público, es posible visualizar que hay diversidad temática, según público, considerando que la mayoría de los contenidos están dedicados a público general (758) y luego a niños y niñas entre 7 y 12 años (620) y público infantil menor de 6 años (344). Como se pudo observar en la figura anterior, las temáticas que concentran la mayor cantidad de episodios son Cultura y patrimonio, Formación ciudadana y Ciencia y tecnología, que cuentan con oferta para todas las audiencias.

El único contenido exclusivo para un grupo son aquellos programas vinculados a la formación docente, que están dedicados al público general adulto. Hay temáticas como la Educación en medios que se ha desarrollado a través de programas específicos para jóvenes (como *Operación Videoblog*) y se ha difundido a público general adulto a través de la Campaña de sensibilización *¿Qué ves cuándo ves TV?*

Otros programas, de ámbitos más tradicionalmente escolares como de Literatura y lenguaje, Matemáticas e Historia y geografía, se concentran en el grupo de niños entre 7 y 12 años. En el grupo juvenil, si bien la mayoría de los contenidos está vinculado a Cultura y patrimonio, existe una importante oferta de programas de Medio ambiente, los que ocupan la segunda posición con 113 capítulos.

Tabla 63. Programas nacionales según tema y público					
(Base 1.947 programas)					
Tema / Público	Infantil	Niños	Jóvenes	General / Familiar	Total
Educación en Medios			11	14	25
Deportes		17	9		26
Misceláneo		38			38
Economía		2	5	32	39
Salud y bienestar	31	12		1	44
Formación docente				48	48
Matemática	7	42	11		60
Historia y geografía		51	14	3	68
Artes visuales	1	35	29	12	77
Música		6	35	38	79
Lenguaje y literatura	57	74	34	27	192
Medio ambiente	48	50	5	113	216
Ciencia y Tecnología	1	130	20	70	221
Formación ciudadana	107	105	26	84	322
Cultura y patrimonio	92	58	26	316	492
Total	344	620	225	758	1.947

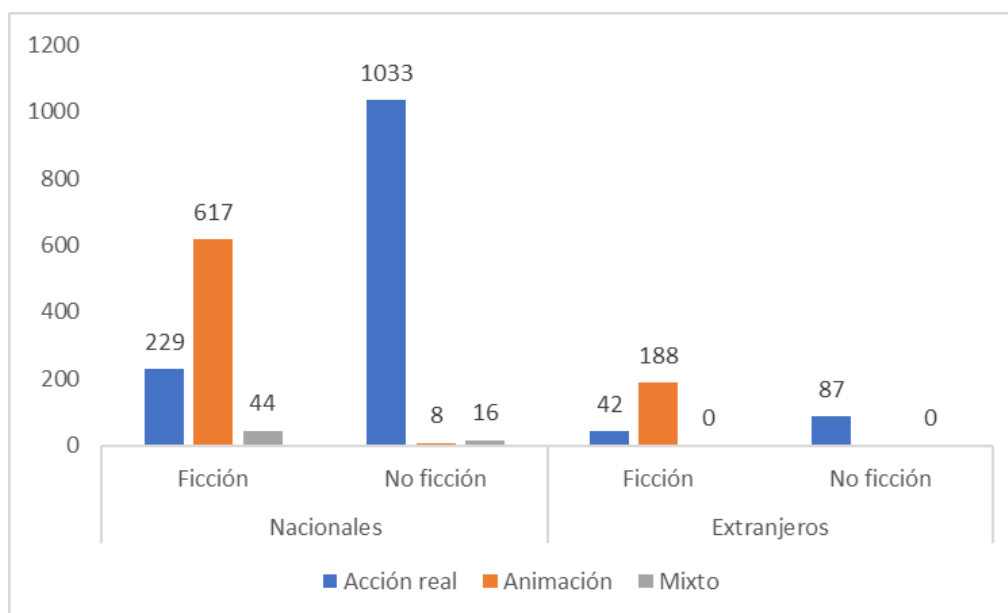
4.2.6. Programas según género, subgénero y técnica

Es posible considerar la diversidad de la programación a partir de los tipos de programas según su género (ficción y no ficción), subgéneros (videoclip, microprogramas, series, documentales, reportajes, entrevistas, spot, entre otros) y la técnica de realización (animación, acción real o técnica mixta). Según estos criterios, los contenidos de web de Novasur son variados. Según su procedencia, nacional o extranjera, es posible señalar que mayoritariamente los programas chilenos son de no ficción 54,3% (correspondientes 1057 capítulos) y 45,7% corresponden a ficciones (890 programas). Respecto de los contenidos extranjeros, 72,6% de ellos son ficciones (230 capítulos) y 27,4% de ellos son contenidos de no ficción.

Tabla 64. Porcentaje programas procedencia, según género y técnica

Procedencia	Género	Técnica			Total
		Acción real	Animación	Mixto	
Nacionales	Ficción	11,8	31,7	2,3	45,7
	No ficción	53,1	0,4	0,8	54,3
Extranjeros	Ficción	13,2	59,3	0,0	72,6
	No ficción	27,4	0,0	0,0	27,4

Respecto de la técnica, la mayoría de los contenidos nacionales de no ficción corresponden a acción real (1033 programas). Respecto de las ficciones, 617 de este tipo de programas son animaciones y 229 de acción real corresponden a series con actores. También se observan contenidos con técnicas mixtas de ficción (44 capítulos) y en la categoría de no ficción (16 episodios). Este tipo de técnicas resulta novedosa y entretenida para el público objetivo, ya que mezcla personajes reales con animaciones. En relación con los programas extranjeros, 188 ficciones corresponden a animaciones y 42 programas de acción real.

Figura 40. Programas nacionales y extranjeros según género y técnica

Hay una relación entre los géneros y técnicas de los programas y los públicos destinatarios: mientras menor es la edad de la audiencia, hay más contenidos de ficción animada y menos espacios de no ficción de acción real. Por ejemplo, en la categoría infantil (público menor de 6 años) el 98.3% de los contenidos son ficciones, en especial animadas (un 83.4% correspondientes a 287 capítulos) y ficciones de acción real (43 audiovisuales). Para niños y niñas entre 7 y 12 años la ficción sigue siendo dominante (el 69% en total y un 43.7% de ellos son animaciones, versus el 31% de programas de no ficción). En el grupo de los jóvenes, entre 13 y 18 años, la mayor cantidad de programas son de no ficción (un 69.8%) y sólo el 4.6% corresponden a animaciones de ficción. En la categoría de público general casi la totalidad de los programas (el 92.6%) son de no ficción.

Programas según género (ficción y no ficción) y técnica (animación, acción real y mixta), según grupo etario: infantil, niños, jóvenes y público general son no ficciones de acción real

Figura 41. Número de programas según género y técnica según grupo etario

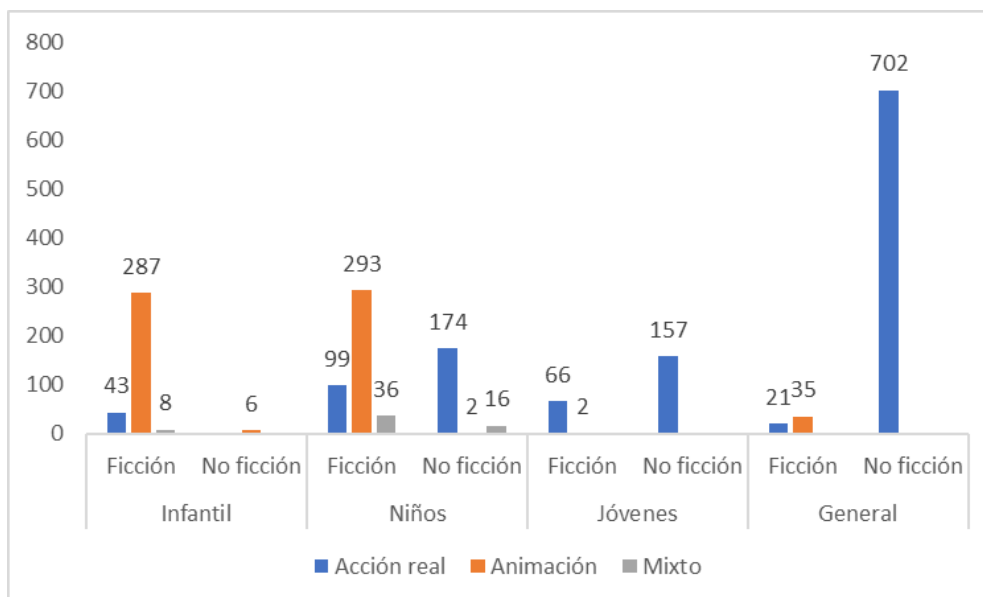
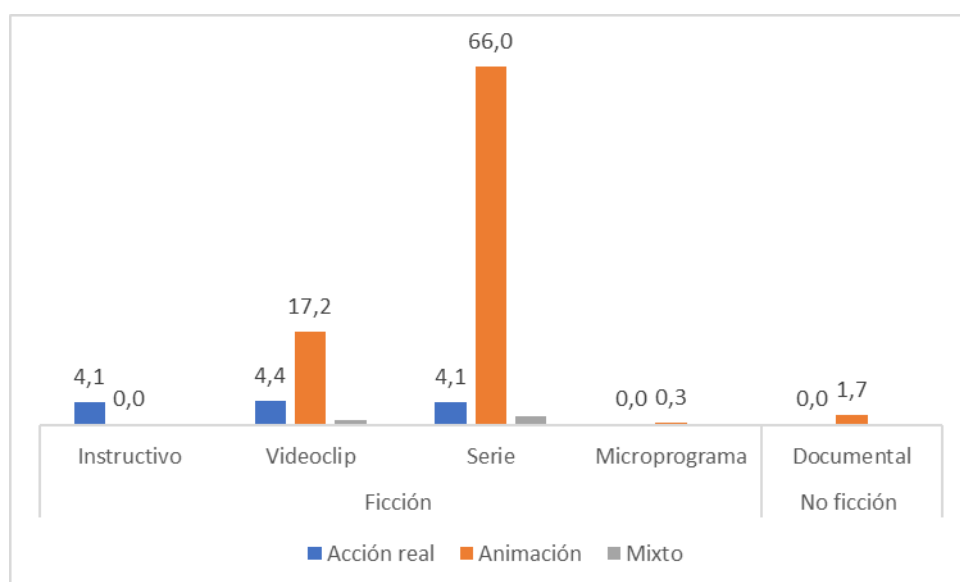


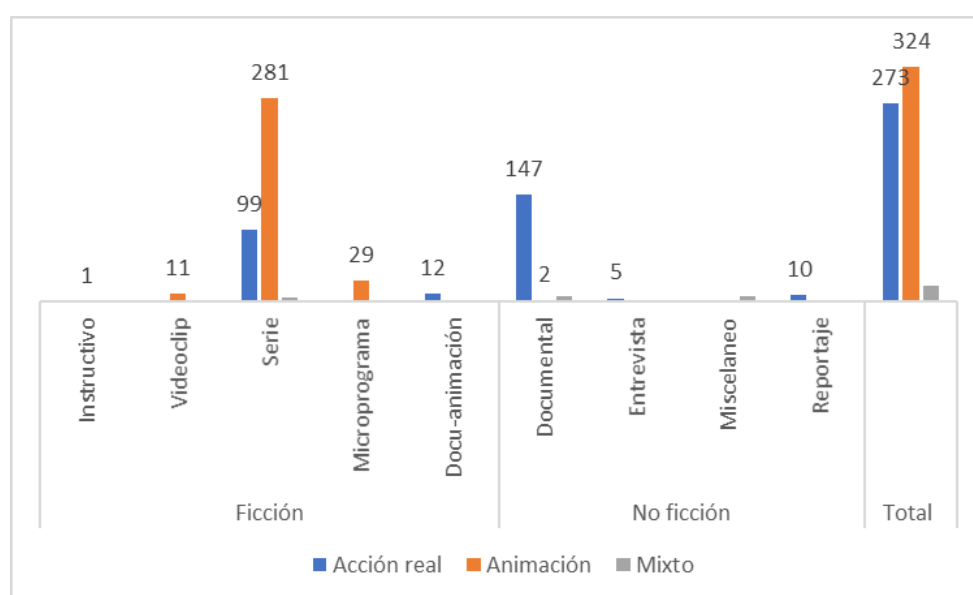
Tabla 65. Porcentaje de programas según género y técnica, según edad

Público	Género	Técnica			Total
		Acción Real	Animación	Mixto	
Infantil	Ficción	12,5%	83,4%	2,3%	98,3%
	No ficción	0%	1,7%	0,0%	1,7%
Niños	Ficción	16,0%	47,3%	5,8%	69,0%
	No ficción	28,1%	0,3%	2,6%	31,0%
Jóvenes	Ficción	29,3%	0,9%	0%	30,2%
	No ficción	69,8%	0,0%	0%	69,8%
General	Ficción	2,8%	4,6%	0%	7,4%
	No ficción	92,6%	0,0%	0%	92,6%

Respecto de los subgéneros, es posible señalar que, entre los programas nacionales destinados a primera infancia, el 66% de estos son **series** animadas de ficción, como *Cuéntame un Cuento* y *El mundo de Nahuel y Lily*, 17,2% de ellos corresponden a **videoclips** (*Cantamonitos*, *Enetenetú*, *Tikiticlip*). También hay espacios instructivos, como el programa de cocina *Chif y Chef*. Entre los programas de técnica mixtas destaca el programa de ciencia para niños de educación parvularia *El Bicho de la ciencia*. Respecto de la no ficción, corresponde a el 1,7% de los programas destinados a este grupo destaca la docu-animación *Pichintún*.

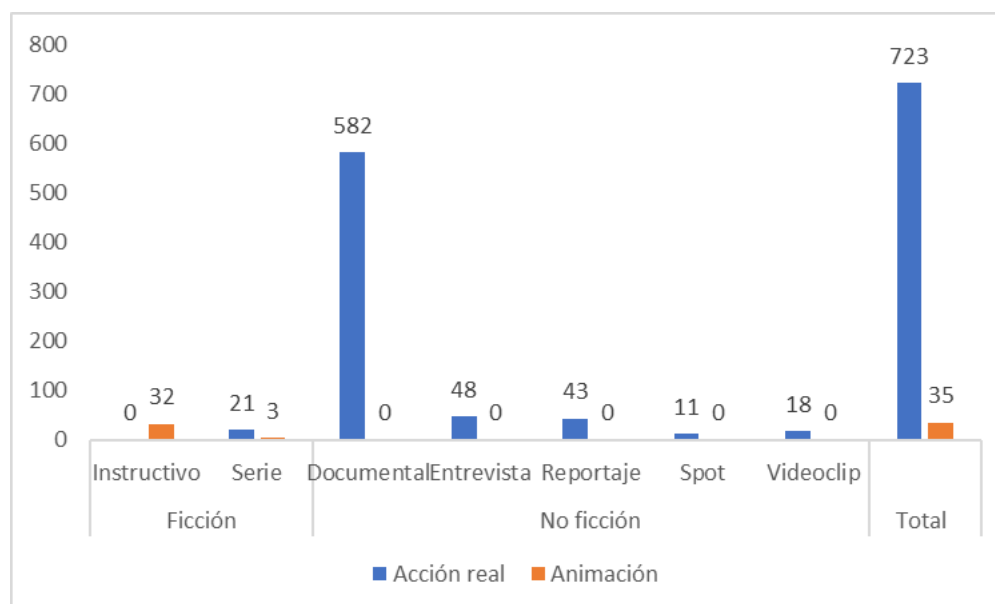
Figura 42. Porcentaje programas nacionales para niños hasta 6 años, según género

Los contenidos nacionales para niños (7 a 12 años), según subgénero son los más diversos, incluyendo programas de **ficción** como **series animadas** (281 capítulos) como *Camaleón y las naturales ciencias* y *Las enmarcadas aventuras de Trifulco y Amadora*. También son destacadas las **series de acción real** (99 episodios) como *Leer no es cuento*. Los microprogramas corresponden a 29 episodios de programas como *En la Cancha*. En el género no ficción, mayoritariamente es posible ver documentales (147 episodios) como *Amigo Salvaje* y en menor medida reportajes, entrevistas y misceláneos.

Figura 43. Número de programas nacionales para niños 7 a 12 años, según género

La menor diversidad de subgéneros se manifiesta en los programas nacionales juveniles, ya que se trata mayoritariamente de videos de no ficción, correspondiente a documentales (157 capítulos) como el programa sobre deportes extremos *Malos pasos* o la producción del Fondo CNTV *Niños inmigrantes*. Entre los programas chilenos dirigidos a público general, los contenidos son mayoritariamente de no ficción, en especial documentales como *Escuelas Inclusivas*. Sin embargo siempre dentro del mismo género existe cierta diversidad: hay entrevistas (48 episodios) como *Mujeres trabajando* y reportajes (43 capítulos) como *La ciencia nos cambia la vida*. También hay videoclip como el programa *Chile suena* y spot como la serie de Educación en Medios *¿Qué ves cuando ves TV?*

Figura 44. Número de programas nacionales para público general, según género



4.2.7. De Novasur a CNTV Infantil. Comparación de la oferta web 2017-2019

Con el propósito de observar la evolución de la oferta en términos de público destinatario, procedencia y tipo de adquisición de los materiales, temáticas principales y la vinculación curricular de los audiovisuales, se realizó una comparación entre los videos disponibles en la Plataforma Novasur a julio de 2017 con los contenidos existentes en marzo de 2019. Los primeros datos se obtuvieron a partir del análisis de la base de datos de Novasur, mientras que los segundos se realizaron a partir de una cuantificación y posterior clasificación realizada a partir de los videos disponible en la página llamada CNTV Infantil (<https://infantil.cntv.cl>) a la cual migraron los contenidos de Novasur a partir del fin de la marca.

A julio de 2017 había en la web 2.264 capítulos de 263 series. En 2019 se contabilizaron 252 programas con 2.163 episodios. De los contenidos presentes en la web en 2017, 42 series dejaron de estar disponibles, correspondiendo con el tiempo de cesión de derechos de emisión a través de la plataforma digital.

Tabla 66. Número de series y capítulos 2017-2019

Año / Cantidad	Series	Capítulos
2017	263	2.264
2019	252	2.163

Fuente: Elaboración propia con datos web CNTV Infantil, 2019.

Así como algunas series cumplen su ciclo y salen de la web, otras 30 nuevas series se agregaron entre agosto de 2017 y el 31 de marzo de 2019. Los contenidos nuevos son mayoritariamente de procedencia nacional: 211 episodios, equivalentes al 79,6% de los programas, fueron realizados en Chile. Las series *Petit* y *Los fantásticos viajes de Ruka*, que suman 14 capítulos (5,2% del total) son producto de la cooperación internacional con los canales infantiles *Pakapaka* de Argentina y *Mi Señal* de *Señal Colombia*. Los programas extranjeros correspondieron a 5 series y 40 episodios, que representan el 15,1% del total. De ellos, hay espacios realizados en Rusia como *Pin Code*, el dibujo animado *Evita Percances* que proviene de España, *Zack y Quack* que se realizó en Corea. Del continente americano están presentes *Guillermina* y *Candelario* producida en Colombia y *Tesoros de México* del país azteca.

Tabla 67. Número y porcentaje series nuevas CNTV Infantil, 2019

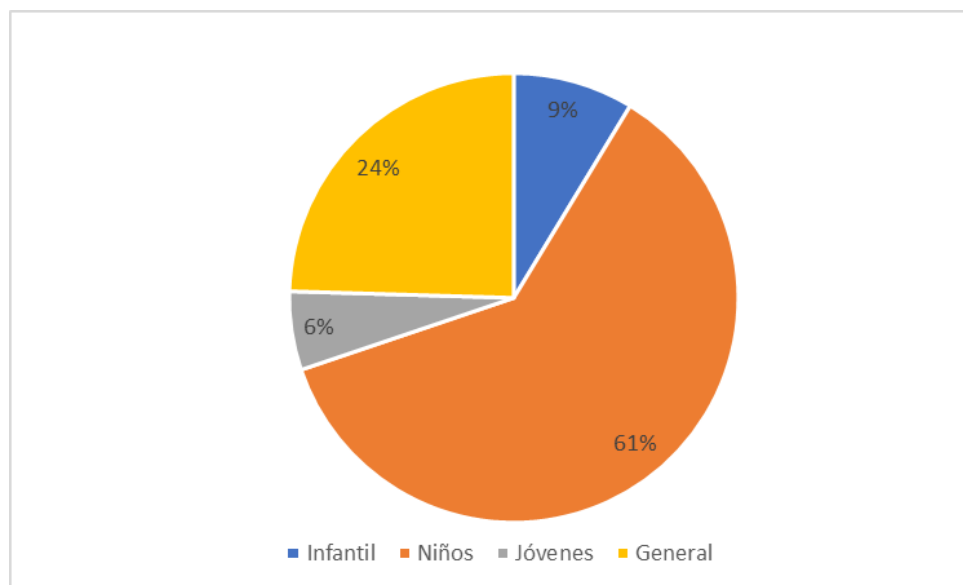
Series chilenas	Nº	Coproducción Internacional	Nº	Internacional	Nº
3,2,1 grabando	60	Los fantásticos viajes de Ruka	9	Pin Code	4
31 Minutos UNICEF	2	Petit	5	Tesoros de México	24
Abre Palabra	15			Guillermina y Calendario	4
Arte y nuevos medios en Chile	6			Zack y Quak	4
Cápsulas Derechos de los Niños	16			Evita Percances	4
Cuenta la leyenda	13				
Econotas	10				
Efecto Picaflor	4				
Experimenta	8				
Ingenio, ciencia en la vida cotidiana	8				
Inmigrantes	5				
Las aventuras de Ogú, Mampato y Rena	2				
Los experimentos de Volta y Otto	3				
Los próceres más posers	10				
Paracaídas Altazor	13				
Redescubriendo Patagonia	1				
Sin fronteras	3				
Súper astros	5				
Valles transversales	1				
Villa Clo	8				
Wikiti	6				
Wild Chile	8				
Y tú ¿en qué trabajas?	4				
Total en número	211		14		40
Total en porcentaje	79.6%		5.3%		15,1%

Fuente: Elaboración propia con datos web CNTV Infantil, 2019.

De los programas nuevos disponibles en la web, la mayoría de los contenidos están destinados a niños y niñas entre 7 y 12 años (162 episodios equivalentes a 61% del total). En segundo lugar, están los contenidos para público general (65 capítulos, equivalentes a 24% de los nuevos programas. Los espacios destinados a los pequeños menores de 6 años son 23 capítulos correspondientes al 9% del total de programas nuevos. Entre ellos están la premiada serie colombiana *Guillermina* y *Candelario*, la

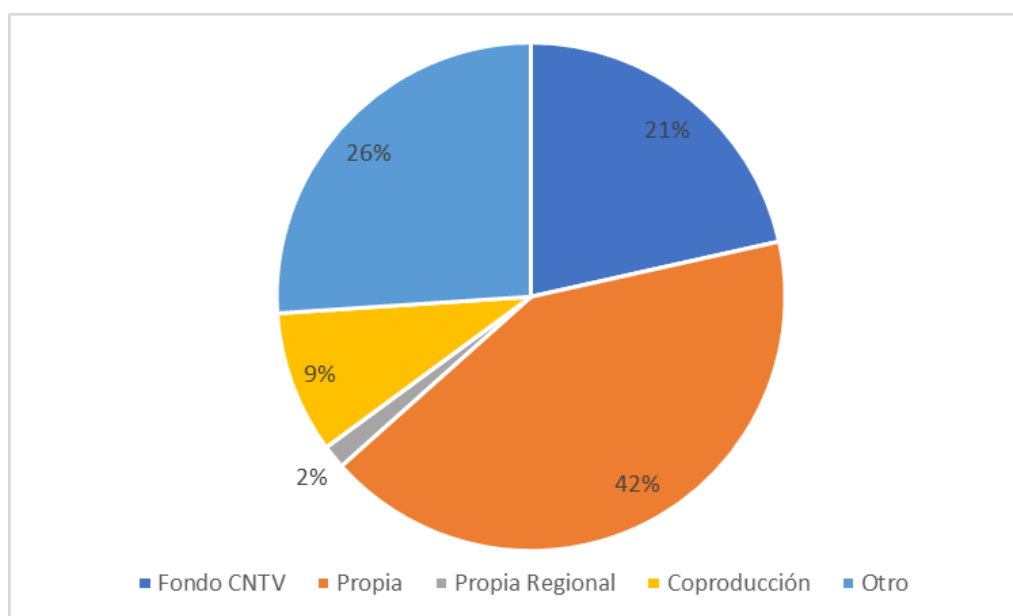
coproducción internacional financiada por el Fondo CNTV *Los fantásticos viajes de Ruka*, el programa coreano *Pin Code* y la coproducción nacional realizada por CNTV y Fundación Integra, *Wikiti*. Sólo dos series: *Econotas* e *Inmigrantes* están pensadas para los jóvenes entre 13 y 18 años.

Figura 45. Porcentaje de programas nuevos 2019, según público destinatario



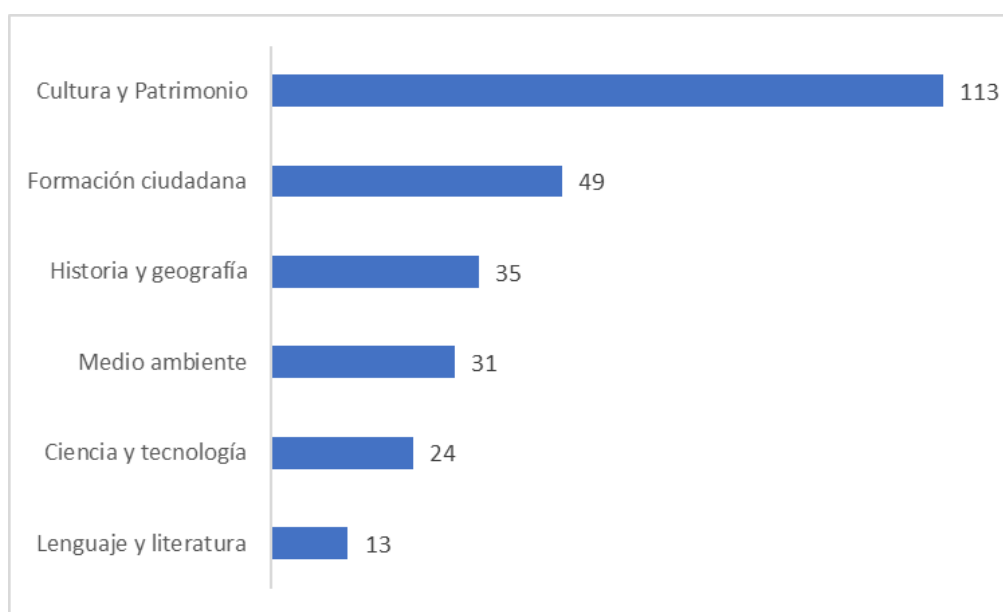
Fuente: Elaboración propia con datos web CNTV Infantil, 2019.

Respecto de la adquisición de contenidos nuevos, 42% de los programas disponibles (111 capítulos) son de realización propia. La totalidad de estos contenidos están dirigidos a niños y niñas entre 7 y 12 años. El 26% de los videos han sido financiados por el Fondo CNTV y están dirigidos a variados públicos: Mientras *Los fantásticos viajes de Ruka* está dirigido a los niños y niñas menores de 6 años, *Sin Fronteras* y *Wild Chile* están destinados a público general. Ambos programas juveniles (*Econotas* e *Inmigrantes*) fueron financiados por el Fondo. Para el público entre 7 y 12 años están los programas *Efecto Picaflor*, *Las aventuras de Mampato*, *Ogú y Rena*, *Los Próceres más posers* y *Petit*. El 21% de programas nuevos corresponden a otras formas de adquisición que no están explicitadas en la web, por lo que podría tratarse de compras o donaciones. El 9% de los nuevos programas son coproducciones nacionales con instituciones como Explora-CONICYT y Fundación Integra. Entre 2017 y 2019 no hay nuevas coproducciones regionales que hayan sido conjuntamente financiadas con otras instituciones, sino una serie regional propia, realizada por el Programa y llamada *Y tú ¿en qué trabajas?*

Figura 46. Porcentaje programas nuevos plataforma 2019, según adquisición

Fuente: Elaboración propia con datos web CNTV Infantil, 2019.

Respecto de los temas de los programas nuevos, 113 de ellos corresponden a la temática de Cultura y Patrimonio, 49 videos tratan la temática de Formación ciudadana, 35 programas se vinculan a Historia y geografía. Otros 31 capítulos se relacionan a medio ambiente, 24 serían contenidos de ciencia y tecnología y 13 se asocian a lenguaje y literatura. Pese a que se trata de contenidos asimilables a temáticas escolares, sólo dos series (*Valles Transversales* y *Abre Palabra*) son propiamente descritos como curriculares. El primero de estos programas es un video asociado a la asignatura de Historia y Geografía y está destinado a quinto y sexto año de Educación Básica. *Abre palabra* es un programa de 2017 y se asocia a Lenguaje y Comunicación, asignatura del primer ciclo de Educación Básica.

Figura 47. Número de programas nuevos plataforma Novasur 2019, según tema

Fuente: Elaboración propia con datos web CNTV Infantil, 2019.

Al analizar el formato de los programas nuevos, es posible señalar que la mayoría de los programas corresponden al género de No Ficción (176 videos), mientras que 89 capítulos corresponden a contenidos de Ficción. En la primera categoría se encuentran principalmente programas de acción real de los subgéneros Reportaje (82) y Documentales (58), seguidos de Spot (16), espacios instructivos (15) y series. Los contenidos de no ficción fundamentalmente corresponden a series animadas (82 audiovisuales) y a 7 series y spot de acción real.

Tabla 68. Número programas nuevos 2019, según género y técnica			
Género y Subgénero	Técnica		Total
	Acción Real	Animación	
Ficción			
Serie	5	82	87
Spot	2		2
Subtotal Ficción	7	82	89
No ficción			
Documental	58		58
Instructivo	15		15
Reportaje	82		82
Serie	5		5
Spot	16		16
Subtotal No ficción	176		176
Total	183	82	265

Al analizar los formatos según público, los nuevos programas dirigidos a niños y niñas menores de 6 años son en su totalidad son ficciones, realizadas con la técnica de animación (23). En el grupo de los niños y niñas entre 7 y 12 años hay una oferta más heterogénea: mientras hay 108 contenidos de No Ficción, mayoritariamente reportajes (68), otros 54 programas corresponden al género de Ficción, principalmente series animadas (49) y 5 episodios de acción real. Entre los contenidos para jóvenes, el documental *Inmigrantes* pertenece al género de No ficción y el programa *Econotas* es una animación acerca del cuidado del medio ambiente. Los programas para público general son principalmente no ficciones como reportajes y documentales.

4.3. ANÁLISIS CUALITATIVO DE CONTENIDOS NOVASUR

Tal como se señaló en el marco metodológico, se analizará cualitativamente una muestra de los contenidos disponibles en la web de Novasur. Respecto de la selección muestral se privilegió que fuera diversa, tanto respecto de los temas, como de su vinculación curricular. En la Tabla 69 se ubican los programas respecto de las características señaladas y que corresponden a aproximadamente a 3 horas y 13 minutos. Si bien mayoritariamente los contenidos pertenecen están relacionados con la formación ciudadana (11 programas), existen contenidos de otras áreas: ciencia y tecnología (3 programas), historia y ciencias sociales (2), artes visuales (2), misceláneos (2), cultura y patrimonio (2) y deportes, lenguaje y literatura, salud y bienestar con uno cada uno. Aunque la mayoría de los programas (17) no cuenta con una vinculación curricular directa, los 7 restantes están asociados a una guía pedagógica (que los relaciona con un determinado curso y asignatura). Tres de los programas son de Educación Parvularia, si bien la serie *Cuéntame un cuento* tiene también capítulos asociados con el primer ciclo de educación básica. La serie de artes visuales *Capicúa*

tiene capítulos de primer ciclo de enseñanza básica (1º a 4º año) y de segundo ciclo (5º a 8º año).

Tabla 69. Muestra programas análisis cualitativo, según tema y curricular				
Nivel Educativo	Curricular			No Curricular
	Ed. Parvularia (Menores 6 años)	Educación Básica		
Edad		1er ciclo (7 a 10 años)	2º ciclo (11-13 años)	
Temas				
Deportes				Ce hache í
Formación -personal, social y ciudadana-		Horacio y Los Plasticines		Un mundo de amigos
				¿A qué juegas?
				Así juego
				Juguemos
				Libres con Ciencia
				Los niños y niñas de Tarapacá
				Soy único
				Wawanacas
			Las enmarcadas aventuras de Trifulco y Amadora	
Historia y ciencias sociales		Mapa ya		Investigamigos
Artes visuales		Capicúa		Los tela
Ciencia y tecnología	Lyn & Babas			Nanoaventuras
				Viajes de una gotita de agua
Lenguaje y literatura	Cuéntame un cuento			
Salud y bienestar				Desafío Broco
Cultura y Patrimonio	Pichintún			Nosotros los niños y Niñas del Wallmapu
				Puerto Papel
Misceláneo (cultura, arte medio ambiente, deporte, patrimonio, etc.)				Reporteros 3.0

4.3.1. Análisis Crítico de Programas de Producción Propia

Los programas de producción propia, que son los realizados por Novasur directamente o vía licitación representan el 12.2% de la oferta de contenidos de su web. Los capítulos analizados en este apartado son los siguientes: De los 15 episodios de la serie *Cuéntame un Cuento* serie curricular de Lenguaje y Literatura se escogieron dos programas, que están asociados a dos niveles, uno de ellos está dirigido a Educación Parvularia *Polita en la Colmena* y *La Guerra de los colores*. al primer ciclo de Educación Básica. *Las enmarcadas aventuras de Trifulco y Amadora* tiene 10 capítulos en la web vinculados con el tema curricular de Formación ciudadana y dirigidos al segundo ciclo de Educación Básica. Para este análisis se visionó el episodio *Igualdad de derechos*. El programa de concursos *Mapa ya* es un contenido curricular de Historia y Ciencias Sociales destinado al primer ciclo de Educación Básica. Para este análisis, de los 8 programas disponibles en la página de Internet se consideró el capítulo *Encuentro de dos mundos*. De la serie de 10 episodios no curricular, sobre salud y bienestar *Desafío Broco* se seleccionó el episodio *Partiste a comprar*. La serie *Pichintún* en su primera temporada tiene 6 capítulos, vinculados con las bases curriculares de Educación Parvularia. Entre estos se escogió *Florencia, una niña Rapa Nui*. *Reporteros 3.0* es un noticiero que busca difundir las experiencias de niños y niñas reales, en diferentes ámbitos como inclusión, agua, mascotas, pueblos originarios y otros. Es una serie no curricular de 7 capítulos y para el análisis se seleccionó el episodio *Desastres Naturales*.

Ellos representan una muestra variada pero no necesariamente representativa de los programas que Novasur realiza: se analizan 3 series de ficción animadas (*Pichintún*, *Cuéntame un Cuento* y *Las Enmarcadas Aventuras de Trifulco y Amadora*) y tres programas de acción real, uno de ellos de ficción (*Desafío Broco*) y uno de ellos de no ficción con enfoque documental (*Reporteros 3.0*) y el programa concurso *Mapa Ya*. Todos los contenidos analizados tienen una finalidad educativa, ya sea aquellos vinculados con el programa escolar, como los que no. Hay una mayoría de programas curriculares —4 de las series seleccionadas lo son— y dos no se asocian a una asignatura o curso específico (*Desafío Broco* y *Reporteros 3.0*).

Respecto de la calidad de las series seleccionadas tres de los programas analizados han recibido premios y nominaciones en Festivales Audiovisuales, tanto nacionales como internacionales (*Pichintún*, *Las enmarcadas aventuras de Trifulco y Amadora* y *Cuéntame un cuento*).

PROGRAMA: CUÉNTAME UN CUENTO:	
CAPÍTULO: POLITA EN LA COLMENA	
Análisis Objetivo	
Imagen	
Público objetivo	Hasta 6 años
Duración	7 minutos
Descripción (Tema)	«Cuéntame un cuento es una serie animada que invita a niños y niñas a conocer y encantarse con diversos cuentos, leyendas y relatos de tradición chilena» Plataforma Novasur (12/12/2017). La serie cuenta historias, cuentos tradicionales y modernos y leyendas rurales y urbanas de Chile, con distintas temáticas. Está dirigida a niños de diferentes edades (menores de 6 años, de 7 a 10 y 11 a 12 años). Los capítulos están relatados por distintos protagonistas, según a qué grupos de edad están dirigidos: mientras los capítulos para los niños menores de 6 años son contados por Pancha, una pequeña niña y por su amigo imaginario, una nube amarilla llamada Rolo, las historias para los niños de primer ciclo básico (7 a 10) son narradas por Ankatu, un inquieto niño con rasgos indígenas y su amigo imaginario Don Árbol. Las historias dirigidas a los más grandes (11 a 12 años) son protagonizadas por dos hermanos Trini y Jose que buscan misteriosas historias en el Diario de su abuelo. El objetivo de la serie podría describirse como <i>Educativo</i>, ya que estimula el gusto por la lectura, así como fomenta valores sociales como la no discriminación y la sana convivencia. Esta realización fue encargada por Novasur a la productora Houston. Su director es Juan Carlos Nuñez. La serie es descrita como curricular y este capítulo cuenta con la Guía pedagógica que lo vincula con las bases curriculares de educación básica.
Finalidad	Su objetivo es <i>Educativo</i>. Se vincula el programa con las bases curriculares de educación de párvulos y en la <i>Guía Pedagógica</i> se describen aprendizajes esperados vinculados al fomento lector, tales como: (Guía pedagógico Polita en la Colmena):

	«Comprender los contenidos y propósitos de los mensajes en distintas situaciones, identificando la intención comunicativa de diversos interlocutores, mediante una escucha atenta y receptiva. Expresarse en forma oral en conversaciones, narraciones, anécdotas, chistes, juegos colectivos y otros, incrementando su vocabulario y utilizando estructuras oracionales que enriquezcan sus competencias comunicativas».
Sinopsis	«En este capítulo Rolo tiene mucha hambre, pero aún no es hora de comer y Pancha le cuenta que una vez su abuela la pilló sacando galletas y le leyó la historia de <i>Polita en la colmena</i> . Polita, una hormiga pequeña pero muy traviesa y glotona, quiere comer miel y la hormiga cocinera la descubre un día con una pata metida dentro de un frasco. Muy enojada le explica que esa miel es para la hormiga reina y que si quiere comer tendrá que ir a pedirle miel a la abeja reina. ¡Pero se lo decía en broma por el enojo! Polita, tomando muy en serio las palabras de la cocinera, decide ir hasta la colmena, en donde es encerrada por la reina por ser considerada una espía. Con la ayuda del duende Melodía Polita podrá volver a su hormiguero cargada de miel y nuevos amigos» (Plataforma Novasur 05/05/2018)
Web	https://infantil.cntv.cl/videos/polita-en-la-colmena
Materiales web:	<u>Guía pedagógica:</u> https://infantil.cntv.cl/sites/default/files/videos/material/55887/politaenlacolmena.pdf Guía en Educación en Medios audiovisuales (3 a 6 años). ¿Qué ves cuando ves TV? https://infantil.cntv.cl/content/guia-educacion-en-medios-audiovisuales-para-publico-infantil-de-3-6-anos
Personajes	Pancha. Es una niña muy alegre, de grandes ojos negros y pelo del mismo color, a la que le gusta leer y dibujar con sus crayones. Vive con su abuelita y tiene un divertido amigo imaginario: Rolo , que es una nube amarilla con características humanas (como ojos, boca, brazos y piernas). Los protagonistas de la historia relatada son: Polita , una hormiga que representa a una niña curiosa, hambrienta y aventurera y tres personajes con forma de animales que representan a adultos: la cocinera y la tía de Polita que ejercen roles de adultos y retan a Polita y la Reina de las abejas , que, si bien es una adulta con poder y muy autoritaria, a la larga es generosa y comparte la miel con las hormigas.
Estructura dramática	La historia está basada en un cuento de la escritora chilena Alicia Morel. Comienza con la analogía que hace Pancha entre el hambre que siente Rolo y el cuento de la hormiga Polita. El conflicto se presenta cuando la hormiga termina en la colmena de las abejas corriendo un grave peligro, pero gracias a su habilidad todo termina bien, con el intercambio de regalos entre las hormigas y abejas. La historia finaliza con la enseñanza para Rolo

Análisis Morfológico

Es una serie de no ficción, animada en 2D. El escenario donde se desarrolla la historia es la habitación de Pancha en la que ella está dibujando. El cuento relatado se ve a través de los dibujos coloreados por la protagonista.

Análisis Crítico

La vinculación curricular se realiza con Educación Parvularia, en el ámbito de Comunicación, del Núcleo de Lenguaje Verbal. El capítulo promueve la comprensión de cuentos y leyendas, apoyando el fomento lector.

La Guía pedagógica Polita en la Colmena (Plataforma Novasur 05/025/2018) señala:

«A través de este capítulo podrá invitar a niños y niñas a adentrarse en el mundo de los cuentos y la imaginación. Descubrirán nuevos y mágicos personajes y aprenderán que sus historias pueden ser parecidas a las nuestras. Podrá invitarlos a expresarse en forma oral, incrementando su vocabulario y favoreciendo su conocimiento del mundo oral y escrito»

El capítulo también promueve el desarrollo psicosocial de los niños, a través de hábitos saludables, como no comer fuera de hora.

Respecto de los criterios de calidad, puede decirse que Pancha siendo una niña se relaciona con una figura aún más infantil, representada por Rolo (que pretende ser el reflejo de sus propias conductas). Es ella quién cuenta la historia y busca para Rolo la enseñanza. La historia aporta mensajes positivos y enseña a los niños a resolver conflictos a través de la reflexión que le brinda la historia. Su aprendizaje está vinculado con promover la tolerancia y no discriminación, en una situación en la que los protagonistas y sus pares pueden sentirse identificados.

La serie busca educar en el análisis crítico y se asocia a un documento genérico que orienta ese ejercicio, la *Guía de Educación en Medios Audiovisuales para niños y niñas entre 3 y 6 años. ¿Qué ves cuando ves TV?* En el análisis propuesto se sugiere realizar actividades sobre 4 preguntas de Educación en Medios. Respecto de la *Autoría del Mensaje* se propone pedir a los niños que relaten el programa, que identifiquen al narrador, para ayudarles a entender que existen autores que crean historias. Respecto del *Formato*, se invita a los niños a ver el programa sin audio e imaginar qué sucede. También a disfrutar de la música y a moverse con ella. El tercer aspecto es el *Contenido*. Las actividades propuestas son que los niños identifiquen los personajes de la historia con preguntas relacionadas con el programa. El último aspecto son las *emociones* que llevan a distintas audiencias a entender de diferente manera los mensajes. Se invita a los niños a describir qué les gustó y que no del programa y a comparar escenas que presenten diferentes emociones.

PROGRAMA: CUÉNTAME UN CUENTO	
CAPÍTULO: LA GUERRA DE LOS COLORES	
Análisis Objetivo	
Imagen	
Público objetivo	7 a 10 años
Duración	7 minutos
Descripción (Tema)	«Cuéntame un cuento es una serie animada que invita a niños y niñas a conocer y encantarse con diversos cuentos, leyendas y relatos de tradición chilena» Plataforma Novasur (12/12/2017). La serie cuenta historias, cuentos tradicionales y modernos y leyendas rurales y urbanas de Chile, con distintas temáticas. Está dirigida a niños de diferentes edades (menores de 6 años, de 7 a 10 y 11 a 12 años). Los capítulos están relatados por distintos protagonistas, según a qué grupos de edad están dirigidos: mientras los capítulos para los niños menores de 6 años son contados por Pancha, una pequeña niña y por su amigo imaginario, una nube amarilla llamada Rolo, las historias para los niños de primer ciclo básico (7 a 10) son narradas por Ankatu, un inquieto niño con rasgos indígenas y su amigo imaginario Don Árbol. Las historias dirigidas a los más grandes (11 a 12 años) son protagonizadas por dos hermanos Trini y Jose que buscan misteriosas historias en el Diario de su abuelo. La cortina musical es similar para los capítulos dirigidos a los más pequeños y para el grupo de 7 a 10 años, pero adquiere una clave más juvenil en los capítulos dirigidos a los más grandes (11 a 12 años). El objetivo de la serie podría describirse como <i>Educativo</i>, ya que estimula el gusto por la lectura, así como fomenta valores sociales como la no discriminación y la sana convivencia. La serie es descrita como curricular, pero este capítulo no cuenta con material pedagógico adjunto.
Finalidad	El objetivo del programa es <i>Educativo</i> . A través de la animación de leyendas y cuentos chilenos el programa invita a los niños a leer y familiarizarse con historias tradicionales, algunas de las cuales de las cuales están incluidas en el Plan Lector escolar.

Sinopsis	«Ankatu no sabe si acoger a un compañero extranjero en el grupo de amigos por lo que Don Árbol abre el libro en el que se relata el cuento <i>La guerra de los colores</i> que lo ayudará a resolver su dilema: Añil, Grana y Blondo viven cada uno en su mundo de color. Cuando deciden aventurarse a enfrentar los monstruos de otros mundos, los tres se encuentran en una isla y al ver a seres de otros colores, se desata una batalla de pinceladas, brochadas y rocíos. Cada ser de un color reclama para sí el <i>ser humano</i>, pero luego de la batalla de colores, al verse todos pintarrajeados, descubren que no es el color lo que hace al ser humano». Plataforma Novasur (12/12/2017)
Web	https://infantil.cntv.cl/videos/la-guerra-de-los-colores
Materiales web	Guía educación en Medios Audiovisuales 7-12 ¿Qué ves cuando ves TV?: https://infantil.cntv.cl/content/guia-educacion-en-medios-audiovisuales-para-publico-ninosas-de-7-12-anos
Personajes	Ankatu es un niño inquieto, activo y divertido de 10 años. Su nombre en lengua mapuche significa <i>señor de los cielos</i> lo que es una referencia al cóndor. Usa un cintillo con símbolos indígenas y pelo trenzado. Su piel y ojos son oscuros. Ankatu tiene sentido del humor e imaginación. Se ve afectado por las mismas preocupaciones que sus pares, como la llegada de un nuevo compañero al colegio. Don Árbol es la representación del adulto bonachón y sabio, que comparte sus conocimientos y lecciones. Los protagonistas del cuento relatado, los colores Añil, Grana y Blondo, son dibujos con características humanas: ojos, manos, accesorios como boina, bufandas y se les asocia con adultos, ya que son generales que lideran a sus respectivos ejércitos.
Estructura dramática	La historia tiene una narrativa tradicional, ya que se basa en el cuento de Saúl Sckholnick. Comienza con Ankatu dirigiéndose a conversar y buscar consejo en Don Árbol por una situación que vive en su día a día. La lectura del cuento le plantea un dilema similar, el que se resuelve tras la lectura, que vemos animada a través de los dibujos del libro. En la reflexión final, Don Árbol hace ver a Ankatu la similitud con su propia situación y le dice que al acoger al nuevo estudiante ha hecho un nuevo amigo. Ankatu es un niño inteligente que busca consejo a un adulto: <i>Don Árbol</i>, ante un problema. Esta situación propicia la identificación de los pares, que pueden verse reflejados en una situación similar. En el desenlace, la reflexión es propiciada por el adulto, que ejerce un rol educador. Esta situación podría haber sido mejor abordada para que el niño lograra su conclusión de manera autónoma.
Análisis Morfológico	

Es una serie de ficción, animada en 2D. El escenario en el que transcurre la historia es en un bosque, al que **Ankatu** asiste para conversar y leer con su amigo Don Árbol. El relato nos sumerge en el libro, del que vemos las ilustraciones animadas: los países de los diferentes colores y la travesía que emprenden para conocer otros mundos.

Análisis Crítico

La serie apunta al Desarrollo Psicosocial de niños y niñas, fomentando la convivencia y la resolución pacífica de conflictos, la tolerancia y respeto de la diversidad, ejemplificado en el conflicto de **Ankatu** por la llegada del amigo nuevo y la situación que sufren los colores. El programa también apunta a la promoción de la lectura y escritura, al estar basado en un libro del autor infantil.

El rol del adulto lo ejerce **Don Árbol**. La imagen del niño es competente, que interpreta distintos segmentos de la historia de acuerdo con sus conocimientos y experiencias previas, por ejemplo, su referencia al personaje Chewbacca.

PROGRAMA: PICHINTÚN

CAPÍTULO: FLORENCIA UNA NIÑA RAPANUI

Análisis Objetivo

Imagen	
Público objetivo	Hasta 6 años
Duración	7:50 min
Descripción (Tema)	«Pichintún, es una Docuanimación chilena, para público infantil, que rescata las historias cotidianas de niños que pertenecen a distintos pueblos originarios de Chile: aymara, mapuche y rapanui. En sus distintos capítulos, la serie muestra los lugares que habitan, los juegos, sus mascotas y tradiciones. A modo de relevar y difundir la multiculturalidad de las etnias a las que ellos pertenecen» Plataforma Novasur (02/05/2018). Pichintún es una palabra de origen mapuche que significa pequeño o poca cantidad y en este caso alude a los niños pequeños. La Serie fue realizada por las productoras Altiplánica Films y Máquina audiovisual por encargo de Novasur y su director es Patricio Veloso. El tema musical fue compuesto e interpretado por el cantautor chileno Nano Stern. Cada capítulo comienza con el tema musical y luego con un mapa que marca la zona del país en el que se desarrollará la historia.

	El programa ha ganado diversos reconocimientos nacionales e internacionales. La segunda temporada estrenada en 2018 ha recibido el Premio Mejor serie de TV preescolar Fan Chile 2018, Premio Mejor serie de TV en Festival Ojo de Pescado y en el Festival <i>ComKids</i> 2019 como Mejor programa ficción. Compitió por el <i>Japan Prize</i> y fue televisado por la televisión pública infantil de Japón <i>NHK</i>. La primera temporada recibió el Premio de la audiencia en Festival Fan Chile 2017 y la mención especial en la categoría cortometrajes animados en el Festival Divercine de Uruguay. También ha sido nominado a diferentes premios entre los que destaca el Premio Especial de la UNESCO en el <i>Prix Jeunesse Internacional</i> 2016.
Finalidad	Su objetivo es <i>Educativo</i>. Se vincula el programa con las bases curriculares de educación de párvulos y en la <i>Guía Pedagógica</i> se describen los siguientes aprendizajes esperados (Guía pedagógica Florencia una niña rapa nui Plataforma Novasur): «Identificarse progresivamente como persona singular, a través del reconocimiento de su imagen y nombre y de las acciones que realiza. Identificar a otras niñas y niños como personas con características y necesidades comunes y distintas a las propias. Descubrir, mediante relatos, imágenes, objetos y visitas, algunas de las principales características de las personas y grupos que conforman su comunidad. Comunicar, mediante algunas representaciones, cómo son las personas situaciones, rutinas y el entorno que caracterizan su vida familiar».
Sinopsis	«Florencia Araki es una niña rapanui que vive en Isla de Pascua, le gusta ayudar a su papá en la parcela, cabalgar, pero lo que más le gusta es bucear. Florencia será la encargada de contarnos el sentido de los <i>Ahu</i> y los <i>Moai</i>» Plataforma Novasur (02/05/2018).
Web	https://infantil.cntv.cl/videos/florencia-una-nina-rapa-nui
Otros materiales web	Guía pedagógica: https://infantil.cntv.cl/sites/default/files/videos/material/55278/florenciapichintun.pdf Material para colorear, puzzles y banderines: https://infantil.cntv.cl/noticias-tags/descarga-ya-las-actividades-con-los-personajes-de-pichintun-y-todas-las-series-cntv Cartilla de educación en medios: Alfabetización televisiva https://infantil.cntv.cl/sites/default/files/videos/material/55278/cartillaeducacionenmediosalfabetizaciotelevisiva.pdf
Personajes	Florencia es una niña de 9 años, alegre y parlanchina a la que le gusta cantar, andar a caballo y bucear. A partir de su relato contado con su propia voz, conocemos a su familia, quehaceres y actividades favoritas, como la fiesta de la Tapati. Florencia pertenece al pueblo originario rapanui, que habitan Isla de Pascua. Para efectos de la animación es caracterizada con su vestimenta típica: falda y tocado de plumas, collares de conchitas, pies descalzos, y su pelo y ojos oscuros.

	Papá de Florencia. Si bien en Pichintún sólo los niños protagonistas tienen voz, en cada capítulo aparece un adulto significativo, que en este caso es el papá de Florencia. A él lo vemos cultivando y acompañando a Florencia a la Tapati.
Estructura dramática	Este relato documental no tiene un marcado punto de clímax dramático. Luego de que el viaje en el mapa nos sitúa en Rapa Nui (Isla de Pascua), se presenta Florencia y nos da a conocer a su familia, lo que hacen para vivir: sus cultivos y sus hobbies como montar a caballo a pelo o bucear en la playa. Finalmente vemos la tradicional fiesta de la Tapati. Cuando culmina el video, conocemos a la verdadera Florencia , protagonista del documental, cantando en su lengua materna. El único elemento que no parece adecuado al rango de edad es el subtítulo final, que describe que la niña que aparece al final del programa es la verdadera Florencia, ya que muchos niños de esa edad no son capaces de leer y pueden perder ese elemento tan significativo.
Análisis Morfológico	
El programa es una docu-animación es decir, recoge elementos documentales –de no ficción– y se ficcionan sólo ciertos aspectos, a través de la animación. En este capítulo la protagonista es Florencia , una niña de 9 años que vive en Rapa Nui. Su historia, su vida, actividades, familia, gustos y paisajes son investigados con la lógica documental y luego son transformados en dibujos, con la técnica de animación 3D. Esto permite incorporar al relato momentos de humor, como el caballo con <i>snorkel</i> , apropiadas para la imaginación del grupo etario. También permite contar con escenas como el nado con tiburones y otras escenas dramatizadas. El relato del capítulo lo realiza la misma protagonista, lo que aporta la autenticidad propia de un documental.	
Análisis Crítico	
Es una serie <i>Educativa</i> que tiende a fomentar el desarrollo psicosocial y cognitivo de los niños, a partir de un postulado básico: dar a conocer la vida cotidiana: costumbres, vestimenta, paisaje y tradiciones de los niños de los pueblos originarios de Chile. El programa logra hacerlo desde una perspectiva que fomenta la identificación de sus pares y el respeto por la diversidad: con humor, una gráfica colorida y dinámica, personajes queribles y representativos de otros niños: alegres, inquietos, sensibles, juguetones, apegados a sus familias y orgullosos de su herencia cultural. La canción principal es un gran acierto, ya que la voz de Nano Stern es reconocida y la letra fácil de cantar. El programa permite la exploración Rapa Nui desde su riqueza cultural, con la mirada de una niña y su entorno cotidiano. La representación ficcional, es uno de los puntos más destacados, ya que se construye un personaje animado a partir de la Florencia real, quien presta su voz y construye su propio relato. Asimismo, la animación recrea su entorno natural (sus paisajes), social-cultural (las costumbres y tradiciones) y familiar (su padre) desde la cotidianeidad (sus actividades diarias, lugares favoritos). El programa parte de la premisa de que los niños son competentes, capaces de narrar su vida, describir su entorno y comunicarlo al resto. En otros capítulos, niños pertenecientes al pueblo mapuche, que es habitualmente estigmatizado, cuentan su historia desde una perspectiva propia, infantil y ajena al pensamiento adulto y sus prejuicios.	

En el sentido descrito, podría decirse que el programa fomenta o facilita la convivencia, el reconocimiento de la diversidad, en este caso étnica, y representa situaciones cotidianas y personajes con los que los niños se puedan identificar.

PROGRAMA: LAS ENMARCADAS AVENTURAS DE TRIFULCO Y AMADORA	
CAPÍTULO: IGUALDAD DE DERECHOS	
Análisis Objetivo	
Imagen	
Público objetivo	7 a 12 años
Duración	03:12 min.
Descripción (Tema)	«Las enmarcadas aventuras de Trifulco y Amadora es una serie animada para niños que nos introduce en los valores y conceptos básicos de la formación cívica y ciudadana. Trifulco del Campo Barros Luco y Amadora de la Cruz Alcayaga son los dos <i>enmarcados</i> personajes que cada capítulo dialogan, discuten y se ríen en sus marcos que están colgados en un sótano del Congreso Nacional de Valparaíso». Este programa de 3 minutos de duración, realizado con la técnica de animación 2D. El programa fue encargado por Novasur y realizado por la productora Merkén Studios.
Finalidad	Este programa <i>Educativo</i> difunde conceptos de Educación Cívica fundamentales, como la separación de poderes, la igualdad ante la Ley, etc. Es un programa propiamente curricular, si bien no tiene asociada una guía pedagógica específica.
Síntesis	«Nuestros enmarcados protagonistas discuten sobre los derechos que tenemos todos quienes vivimos en Chile y cómo se nos aplican sin diferencia. Veremos al obstinado Trifulco intentar pasar por encima de los derechos de sus inquilinos, pero su compañera Amadora se encargará de hacerle ver que no puede hacer lo que él quiere con las personas porque todos tienen derechos que se deben respetar y promover» (Plataforma Novasur 08/05/2018).
Web	https://infantil.cntv.cl/videos/igualdad-de-derechos
Otros materiales web	Guía en Educación en Medios Audiovisuales 7-12 años. ¿Qué ves cuando ves TV?:

	https://infantil.cntv.cl/content/guia-educacion-en-medios-audiovisuales-para-publico-ninosas-de-7-12-anos
Personajes	Los protagonistas de la serie son los retratos de dos personajes adultos que residen en el sótano del Congreso Nacional: Amadora de la Cruz Alcayaga , es el personaje mesurado e informado y Trifulco del Campo Barros Luco el adulto gracioso y algo torpe. Gracias a las preguntas y disparatadas ideas de Trifulco , Amadora puede explicar conceptos clave sobre educación cívica, como la igualdad de Derechos, la separación de poderes del Estado, etc.
Estructura dramática	Programa educativo y de corta duración, que casi siempre comienza con un desafortunado comentario de Trifulco y las acertadas observaciones de Amadora , en este caso, respecto de la igualdad de derechos. Con una gráfica simple y con bastante uso del humor, se dan a conocer aspectos como la evolución de la garantía de los derechos a lo largo del tiempo. Los capítulos suelen terminar con un comentario gracioso de Trifulco . En este esquema, Amadora representa al adulto informado, sensato y sabio, como imagen de los padres y profesores, mientras Trifulco encarna la figura del adulto torpe, desinformado y divertido.
Análisis Morfológico	
Microprograma de ficción animada en 2D. La animación recrea una de las bodegas del edificio del Congreso Nacional en el que se encuentran colgados los retratos de Trifulco y Amadora , dos obras de arte, que dialogan sobre conceptos de Educación Cívica, como la Constitución, los derechos, la igualdad ante la ley, etc. Para explicar los conceptos se recurre a gráficas animadas más sencillas.	
Análisis Crítico	
Este programa <i>educativo</i> promueve los valores propios de la educación cívica, respeto a las instituciones, reconocimiento de derechos de los ciudadanos y la sana convivencia democrática y lo hace de una forma lúdica y entretenida. Fomenta la resolución de conflictos de manera pacífica, la tolerancia, la no discriminación. Promueve la cultura de la mediación y el diálogo, a través de valores prosociales y el respeto a los principios legales. El programa fue premiado en el Festival Internacional del Audiovisual Educativo y Cultural de Nicaragua en la categoría Familia y Educación 2017. Respecto de la representación ficcional, son personajes del ámbito fantástico, ya que son dos pinturas que están colgadas en el edificio del Congreso Nacional. Trifulco tiene un lado humorístico, ya que es algo torpe, usa un peluquín y contrasta con la serenidad y conocimientos de su compañera Amadora. El diálogo de ambos personajes permite acercarse a contenidos bastante áridos, desde la sencillez y del humor.	

PROGRAMA: MAPA YA	
CAPÍTULO: ENCUENTRO DE DOS MUNDOS	
Análisis Objetivo	
Imagen	
Público objetivo	7 a 12 años
Duración	13:07
Descripción (Tema)	«Programa concurso sobre la historia, la geografía y conceptos claves de formación ciudadana de Chile. Acompañados por Selki 3K, un divertido robot, y por Pía la conductora del concurso, los niños y niñas participan en una gran carrera por completar el mapa de Chile y sus regiones, respondiendo preguntas sobre grandes personajes, eventos e hitos de la historia chilena, algunas de las características más importantes de la geografía de nuestro país, y algunos aspectos claves de la organización política de Chile». La productora Merken Studios fue la encargada de realizar la serie. El concurso se desarrolla en un gimnasio decorado para la realización del programa. Tiene público en vivo, si bien, no participan de la acción.
Finalidad	Este programa <i>Entretenido-Educativo</i> que busca entregar contenidos de Historia y de Geografía, pero a través de un concurso que involucra demostrar conocimientos, pero también correr y armar un puzzle.
Sinopsis	«Los niños y niñas del concurso deberán responder preguntas relacionadas con el descubrimiento de América por los exploradores europeos, acontecimiento que actualmente recordamos y conmemoramos como el Encuentro de dos mundos. Los concursantes tendrán que referirse a los hechos que caracterizaron este período de exploración y conquista, a partir de la llegada de Cristóbal Colón a América, un 12 de octubre de 1492, y mencionar algunos de los impactos y las consecuencias sociales, culturales y religiosas que tuvieron estos hechos para una gran cantidad de pueblos originarios».
Web	https://infantil.cntv.cl/videos/encuentro-de-dos-mundos
Otros materiales web	Guía pedagógica

	https://infantil.cntv.cl/sites/default/files/videos/material/55643/encuentrodedosmundos.pdf
Personajes	Los conductores del programa son Pía, una actriz que interactúa con los concursantes y el robot Selki 3K, que también protagoniza la serie Reporteros 3.0. Este personaje es el encargado de entregar los datos y presentar las breves animaciones que contextualizan cada capítulo. Mientras Pía es una joven con la que los niños pueden identificarse, Selki 3K aporta un grado de humor con su frase recurrente <i>yava, yava</i>. El robot entrega los datos duros y se convierte en un dibujo para ser parte de las animaciones y gráficas que contextualizan el tema. Mientras Pía aparece como una joven conductora del programa, Selki 3K es quien representa al <i>adulto algo torpe</i> por su sentido del humor. Se aprecia la asistencia de público, sentado en las graderías, si bien no tiene mayor participación. Los niños participantes lucen camisetas que identifican el color de su equipo (azul y naranja).
Estructura dramática	Tiene la estructura de un programa de concurso, con preguntas y respuestas rápidas, carreras para armar el mapa de Chile. El programa inicia con un saludo y la presentación de los niños que integran los equipos. Luego se muestra un compacto en el que Pía explica las reglas y a través de una breve animación se contextualiza el tema del capítulo. Luego se inician de preguntas a los equipos, que deben ir completando un mapa con las 15 regiones de Chile en dos minutos y medio. Luego de una explicación con una gráfica, se realiza una nueva fase de preguntas, que definen al equipo ganador. Se hace entrega de un pequeño premio y se invita a la audiencia a ver este y otros capítulos en la web de Novasur.
Análisis Morfológico	
El programa es un misceláneo de concurso no ficción, de acción real, que inserta breves explicaciones animadas para contextualizar el tema. La animadora es Pía y su ayudante es el robot Selki 3K, un títere que también protagoniza la serie Reporteros 3.0. El programa transcurre en un espacio cerrado, aparentemente en un gimnasio, en el que se desarrolla el concurso.	
Análisis Crítico	
El programa tiene como objetivo que los estudiantes reconozcan las características y los hechos principales del Descubrimiento de América, y cómo este proceso de conquista fue generando y transformando las civilizaciones y los pueblos originarios. Para ello se sugiere al docente el siguiente OAT «Establecer lazos de pertenencia con su entorno social y natural a partir del conocimiento, la valoración y la reflexión sobre su historia personal, su comunidad y el país» (Guía pedagógica Mapa Ya Encuentro de dos mundos). Respecto de la representación ficcional, hay un adulto que es la que hace las preguntas y maneja los tiempos del concurso, en el rol tradicional del conductor de este tipo de programas.	

Si bien es un programa de concursos, en el que dos grupos de niños compiten por tener mayores conocimientos respecto de un tema, no se enfatiza ni en el premio, ni en el acto de ganar, sino en el juego y en la camaradería, en la lógica del aprendizaje lúdico. Asimismo, ya que trata contenidos de historia, las cápsulas informativas que se insertan como contexto entre las dos rondas de preguntas, sirven para contextualizar los temas y reforzar los contenidos a enseñar, en este caso contenidos de Historia y geografía. Los niños y niñas concursantes participan con entusiasmo respondiendo las preguntas y armando el puzzle. Si bien el público no aparece más que en algún plano general, es posible imaginar que son adultos acompañantes de los participantes, lo que permite pensar en un entorno protegido y acogedor.

PROGRAMA: DESAFÍO BROCO	
CAPÍTULO: PARTISTE A COMPRAR	
Análisis Objetivo	
	
Público objetivo	7 a 12 años
Duración	5:05 min.
Descripción (Tema)	Merkén Studios, director Hugo García. «Desafío Broco es una serie que promueve en niños y adolescentes un estilo de vida saludable, presentando hábitos para una alimentación sana, la práctica de actividad física y el cuidado de las relaciones personales. Cata y Simón, los presentadores del programa, enfrentan en cada episodio un nuevo desafío de Brocolink, un personaje virtual que los invita a conocer y desarrollar hábitos saludables» (web CNTV infantil, julio 2018). Este programa con la temática de la vida saludable tiene como objetivo informar acerca de sus diferentes dimensiones: ejercicio físico, dieta equilibrada, uso adecuado de tecnologías, etc. En cada capítulo se describe un aspecto para tener una vida más saludable, a partir de lo que se realiza un desafío a los jóvenes protagonistas a modo de un concurso, para ver si han entendido el concepto.
Finalidad	El programa tiene un objetivo <i>Educativo</i> , que busca instalar conceptos y prácticas de vida saludable
Sinopsis	«En este capítulo, Cata y Simón deberán resolver el desafío de realizar una compra de alimentos lo más sana posible, cuidando

	que sea natural, variada, rica en nutrientes y contemple los diversos grupos alimenticios que componen la dieta saludable». (web CNTV infantil, julio 2018).
Web	https://infantil.cntv.cl/videos/estilo-de-vida-saludable
Otros materiales web	https://infantil.cntv.cl/printpdf/content/guia-educacion-en-medios-audiovisuales-para-publico-ninosas-de-7-12-anos
Personajes	El programa es conducido por Cata y Simón , dos jóvenes simpáticos, divertidos y con mucho sentido del humor. El otro protagonista es Brocolink un personaje cibernético, con el que los jóvenes se conectan a través de unos anteojos especiales. Él es el encargado de responder a las consultas que los jóvenes les plantean, entregando los datos duros a través de gráficas animadas y de plantear el desafío a resolver, que está vinculado con la temática del capítulo. Esa pequeña competencia entre los dos jóvenes es una aplicación práctica de los conceptos enseñados, por ejemplo, realizar una compra de alimentos saludable para un día.
Estructura dramática	El programa comienza con Cata y Simón presentándose y cuestionándose respecto de un aspecto de la vida saludable. Para obtener respuestas recurren a Bocolink , a través de sus anteojos mágicos. Brocolink les da las respuestas respecto de los grupos alimenticios a través de gráficas animadas. Después de eso, se les plantea el desafío de hacer una compra que incluya alimentos de todos los grupos. El programa invita a que desarrollen hábitos saludables.
Análisis Morfológico	
Este programa misceláneo de ficción de acción real tiene elementos de animación 2D. La acción ocurre en espacios exteriores, como plazas y en este capítulo en el Mercado Central de Santiago, en el que se desarrolla el desafío de la compra de alimentos. Tiene elementos de un programa de concurso.	
Análisis Crítico	
El programa es Educativo, con énfasis en la adopción de conductas de vida saludables. Cata y Simón , representan a dos adolescentes comunes y corrientes, con inquietudes cotidianas, un lenguaje sencillo y con bastante sentido del humor. Su habla, vestimenta y aspecto físico no permiten asociarlos con un determinado grupo social y económico o étnico, lo que favorece que niños y niñas puedan proyectarse en ellos. El programa promueve que los niños y niñas tomen decisiones en el ámbito cotidiano que mejoren su salud, a través de la resolución de los retos que les plantea Brocolink a los protagonistas. Los desafíos planteados en los diferentes capítulos son sencillos y posibles de replicar por los telespectadores en sus casas, como, por ejemplo, hacer una compra de comida saludable, considerando elementos de todos los grupos alimenticios. Los casos propuestos: hacer ejercicio, comprar alimentos, son fácilmente identificables para la audiencia infantil.	

PROGRAMA: REPORTEROS 3.0	
CAPÍTULO: DESASTRES NATURALES	
Análisis Objetivo	
Imagen	
Público objetivo	7 a 12 años
Duración	07:14 min.
Descripción (Tema)	«Serie de reportajes hechos por niños y para niños con los temas que a ellos y ellas les interesan. En cada reportaje, un par de niños y niñas nos cuentan de su experiencia y sus vivencias, y comentan de la misma con otros niños del ciberespacio. El programa es conducido por Selki 3K, un divertido y simpático robot» (web Novasur). El programa es descrito por su robot conductor, Selki 3K como un programa periodístico para los niños y niñas de Chile y del universo. En cada capítulo se presentan dos testimonios de dos niños reporteros que comentan su experiencia frente a un tema específico de un rango amplio de temas como por ejemplo el cuidado del agua, las mascotas, la inclusión, los pueblos originarios, los desastres naturales y otros. Dos niños más comentan lo que aparece en pantalla a través de un chat y realizan preguntas a los reporteros 3.0 El programa es realizado por Merkén Studio, bajo la dirección de por Hugo García. .
Finalidad	Este programa <i>Educativo-Informativo</i> busca dar a conocer un tema desde la perspectiva testimonial de niños en niñas y sus situaciones cotidianas. Se abordan diversos temas de interés general desde la perspectiva infantil. También se aportan algunos datos que complementan la información.
Sinopsis	« Danka , de Valparaíso, nos cuenta cómo se ha preparado con su familia para enfrentar un próximo terremoto y maremoto, explicándonos algunas medidas de seguridad necesarias para estos eventos de la naturaleza. Damaranta , de Pucón, nos cuenta sobre sus recuerdos de la última erupción del volcán Villarrica y de las medidas de seguridad adoptadas en su localidad por ella y su familia». (Plataforma Novasur)
Web	https://infantil.cntv.cl/videos/desastres-naturales
Otros materiales web	Este programa no curricular tiene asociado el documento Cartilla de Educación en Medios

	https://infantil.cntv.cl/sites/default/files/videos/material/55694/cartillaeducacionenmediosalfabetizaciontelevisiva.pdf
Personajes	Selki 3K el robot es el conductor de Reporteros 3.0 y de Mapa Ya su rol es dar paso de un reportaje a otro y prestar contexto respecto de los temas a tratar. Danka y Damaranta son las protagonistas de las historias que cuenta este capítulo. Ambas son niñas que viven en diferentes regiones del país y tienen experiencias que compartir respecto de los desastres naturales y de las medidas de prevención y evacuación que deben observarse.
Estructura dramática	La serie se inicia en el Estudio de Reporteros 3.0 en el que Selki 3K está sentado en su escritorio de conductor y presenta una breve contextualización del tema a tratar, en este caso con la resistencia de los chilenos frente a los desastres naturales. A continuación, el conductor da paso a una de las Reporteras 3.0, en este caso Danka que cuenta su testimonio. Después de algunas preguntas y respuestas del chat se da paso al segundo testimonio relacionado con el tema. El programa finaliza con un cierre realizado por el robot que vincula los dos testimonios presentados con el tema planteado.
Análisis Morfológico	
El programa que mezcla elementos de propios del género informativo, tipo reportaje, con acción real de los protagonistas y elementos de fantasía como el robot conductor. La acción ocurre en el estudio del programa desde donde Selki 3K da el paso a los reporteros, que despachan directamente desde sus barrios, en distintas localidades del país.	
Análisis Crítico	
En este capítulo la serie entrega el testimonio de dos niñas: Danka que relata su experiencia en los temblores, terremotos y tsunamis desde Viña del Mar y Damaranta que cuenta cómo su familia enfrenta la posible erupción del volcán, ambos temas de actualidad e interés para niños y niñas. El énfasis está puesto en la información que ambas entregan sobre las medidas de seguridad que hay que tomar ante un desastre natural, con la naturalidad propia de quienes conviven con esta realidad cotidiana. Ambas protagonistas se ven informadas, decididas y tranquilas. Tras su relato el tema de los desastres naturales no aparece tan amenazante, sino como un ámbito frente al cual tomar medidas. Este enfoque permite la identificación de otros niños de diferentes lugares del país que sufren condiciones similares, debidas a la sequía, contaminación, sismicidad u otras y aportaría a «construir la conciencia social y cultural de los niños». Se refuerza el rol de las niñas como protagonistas y no como víctimas, alejándose de miradas sensacionalistas y destacando su capacidad para prever situaciones riesgosas y enfrentarlas con éxito. En otros capítulos de la serie (como <i>Inclusión</i> o <i>El Agua</i>) los niños y niñas protagonistas ejercen un rol similar, enfrentando situaciones como una discapacidad auditiva o la sequía y tomando acciones para poder remediarlas, ya sea a través de la enseñanza de lenguaje de señas o por medio del ahorro de agua. El robot conductor, Selki 3K es además uno de los protagonistas de otra serie, Mapa Ya. En Reporteros 3.0 tiene el rol de presentar brevemente el tema y dar el pase a las preguntas que realizan los niños y niñas en el chat del programa. Sus expresiones e historias aportan elementos de humor y de fantasía al Programa. Sin embargo, es posible que el títere sea un elemento distractor ya que puede resultar demasiado infantil para el contexto del	

programa, que tiene un sello informativo. Asimismo, ya que no es un programa en vivo con una real interacción de los televidentes, la participación de los niños a través del chat que aparece en pantalla puede ser algo forzada

4.3.2. Análisis Crítico Programas Financiados Fondo CNTV

Los capítulos de programas financiados por el Fondo de Fomento a la Calidad de CNTV corresponden a 858 episodios, equivalentes al 44,1% de la oferta disponible en la web de Novasur. Cada uno de estos programas fue emitido por canales de TV abierta, ya que es un requisito para obtener el financiamiento de este fondo y luego de una posible comercialización a mercados internacionales o redes privadas son emitidos por Novasur.

Fueron analizados cinco programas financiados por *Puerto Papel*, programa financiado por el Fondo CNTV en la categoría coproducción internacional en los años 2012 y 2016. De los 13 capítulos disponibles se analizó el primer capítulo *Matilde todos los días*. De la serie de artes visuales financiada por el Fondo en 2013 en la categoría infantil *Los Tela* se analizó *Vio y Truffa*. *Horacio y Los Plasticines*, es un espacio dirigido a niños y niñas menores de 6 años cuya segunda temporada el Fondo financió en 2013. De sus 19 capítulos se visionó para este estudio *La invitación*. Es el único programa del Fondo seleccionado que tienen una vinculación curricular con Educación Parvularia en el ámbito de Formación ciudadana. La serie de deportes, *Ce-hache-i* es un programa destinado a niños y niñas que se adjudicó en Fondo CNTV en 2014. El capítulo seleccionado fue *Surf*. Finalmente, *NanoAventuras* es una serie infantil de ciencias que se adjudicó el financiamiento estatal en el año 2015. El episodio escogido para el análisis fue *As Mágico*.

Los programas analizados son mayoritariamente Educativos y sólo *Puerto Papel* puede considerarse un espacio dedicado exclusivamente a la entretención. Tres de los contenidos corresponden a no ficciones animadas y dos pertenecen al género no ficción documental o reportaje (*Ce-hache-i* y *Los Tela*).

PROGRAMA: PUERTO PAPEL	
CAPÍTULO: MATILDE TODOS LOS DÍAS	
Análisis Objetivo	
	
Público objetivo	7 a 12

Duración	10:49 min.
Descripción (Tema)	Puerto Papel es una coproducción de Brasil, Argentina, Chile y Colombia. Producida por Zumbástico Studio Dirigida por: Álvaro Ceppi y Producida por Gabriel Noé. Primera temporada: «Amigos de Papel es una serie de animación <i>stop motion</i> con personajes hechos de papel que cuenta la historia de Inés (9) una dulce y traviesa niña que viene desde la gran ciudad a vivir a Puerto Papel, un pueblo pesquero rodeado de naturaleza donde el cuidado del medio ambiente y la ecología aún es importante. Ahí conocerá a sus nuevos amigos: Carlos (10), un inquieto <i>skater</i> que anda siempre en busca del truco perfecto; Héctor (9), un sensible amante de los cómics y el dibujo; y Matilde (10), una simpática y determinada activista ecológica que suele ser la líder del grupo. En un principio, a los chicos les costará adaptarse a Inés, sobre todo a Matilde que lleva mucho tiempo siendo la única mujer del clan, pero gracias a su dulzura y simpatía prontamente se convertirá en una más de los Amigos de Papel». Segunda temporada: «Serie animada, que tuvo una primera temporada al aire en Chile a través de TVN el 2016, y que combina técnicas como <i>paper-motion</i> y 2D para crear un mundo fantástico con personajes hechos de papel como Matilde, una niña que cada día despierta con un poder nuevo, insólito y absurdo. Esta segunda temporada ahondará en algunos misterios planteados en el primer ciclo, como el origen del Coco Mágico y su estrecha relación con la fundación del pueblo. Matilde deberá enfrentar mayores amenazas y desafíos, ahora con la ayuda de Boldo y Ferni, quienes se enteran de los poderes de Matilde» (web CNTV Julio 2018). La serie se adjudicó el Fondo CNTV en 2012 y 2016 en la categoría coproducciones internacionales con Gloop (Brasil), <i>Señal Colombia</i>, TVN (Chile) y Pakapaka (Argentina). El programa se ha presentado en diversos festivales y ha obtenido los siguientes premios: Festival Chilemonos (2016) Mejor Serie animada latinoamericana. TAL (2016), Mejor Producción infantil. <i>Prix Jeunesse</i> Internacional, Munich, Alemania (2016) Premio Beyond TV. Festival ANIMA, Córdoba Argentina (2017). <i>Prix Jeunesse</i> Iberoamericano (2017) 2º lugar Ficción 7 a 11 años. Premio Festival India Catalina 2020 como Mejor serie de animación. Mejor serie <i>mixed media</i> Premio Kids Screen Awards 2020. Actualmente se transmite en <i>Señal Colombia</i>, <i>Pakapaka</i>, TVN y Novasur (actual CNTV Infantil).
Finalidad	Es un programa Entretenido que no tiene un manifiesto objetivo educativo, si bien en cada capítulo Matilde con ayuda del abuelo y de sus amigos tiene un conflicto que resolver, ocasionado por los extraños poderes que tiene día a día y que logra enfrentar gracias a la solidaridad, el humor, el trabajo en equipo.

Sinopsis	«En este primer capítulo, Matilde llega donde su abuelo quien tiene 120 años conoce a Mortimer , el pez que habla y a sus nuevos amigos. Aquí es cuando recibe los poderes del coco mágico y es tanta su emoción que comparte su secreto con Carlos». (Plataforma Novasur)
Web	https://infantil.cntv.cl/videos/matilde-todos-los-dias
Otros materiales web	Cartilla Educación en Medios 7 a 12 años https://infantil.cntv.cl/printpdf/content/guia-educacion-en-medios-audiovisuales-para-publico-ninosas-de-7-12-anos
Personajes	Matilde es la protagonista de la serie. Es una niña alegre y traviesa que va de vacaciones a la casa de su abuelo Barba Crespa un viejo pirata de 120 años, que representa al adulto un tanto torpe y divertido. El abuelo vive en un extraño pueblo, Puerto Papel. Otros personajes son el amigo de Matilde, Carlos que se convertirá en su compañero de aventuras, pese a ser un poco cobarde y miedoso. Matilde también se relacionará con Ferni y Boldo , los amigos de Carlos . Otro personaje destacado es Mortimer la mascota de su abuelo que es un pez que habla. Los personajes están contruidos como si fueran juguetes de papel, con vistosos colores. Matilde asemeja a una preadolescente vestida con camisetas y chaqueta de jeans, mientras su amigo Carlos lleva una sudadera con gorro, como estarían vestidos los niños y niñas de su edad. El abuelo luce su aspecto de pirata retirado, con su larga barba ondulada.
Estructura dramática	La serie se inicia con una presentación que muestra a Matilde y a todo el elenco del programa en el que adelanta a la audiencia que viajó a Puerto Papel y que cada día tiene un nuevo extraño e inútil poder. Este primer capítulo comienza con Matilde dirigiéndose a Puerto Papel en el auto con sus padres, que le aseguran tendrá unas excelentes vacaciones, aunque ella no está muy convencida. A la llegada a la casa del abuelo se encuentra con unos niños que le dicen que entre con cuidado porque en esa casa vive un viejo loco, que resulta ser el abuelo de Matilde . Sucesos extraños y divertidos que la llevarán a enfrentar cada día la aparición de un nuevo poder, que no tiene sentido ni utilidad. Este será el conflicto que será el gatillante de nuevas aventuras que se resolverán en cada capítulo, con el apoyo de su abuelo y de sus nuevos amigos.
Análisis Morfológico	
La serie de ficción está hecha con la técnica de Animación 2D y <i>paper-motion</i> . La acción ocurre en el pueblo imaginario Puerto Papel, que es uno de los protagonistas de la historia. Por su particular geografía recuerda a Valparaíso, sus empinadas calles, playas y puerto. La serie construye otros escenarios como la casa del abuelo y sus habitaciones.	
Análisis Crítico	

Puerto papel es una animación multipremiada en reconocidos festivales audiovisuales de Chile y el extranjero, por su calidad técnica y de contenidos. Es un programa muy entretenido, con un humor muy rápido y dinámico. Visualmente es muy atractivo. Pese a que los personajes tienen elementos de fantasía, por ejemplo, la extrema longevidad del abuelo, los poderes de **Matilde** y la mascota parlante, resultan claramente identificables como el abuelo querendón y algo olvidadizo, el amigo un tanto miedoso pero leal y divertido y una protagonista con las características de una preadolescente alegre, aventurera y optimista, como una típica niña de esa edad.

El nuevo poder que **Matilde** enfrenta cada día es el motivo que genera alguna dificultad para ella y su entorno, el que logra resolver con su buen humor y la cooperación de sus buenos amigos y familia. Si bien a veces **Matilde** se rebela contra este hecho, siempre encuentra una forma de lidiar con el día a día, lo que permite la identificación de las audiencias. El humor es una parte central de Puerto Papel y es un elemento que aporta a una positiva resolución del conflicto que cada capítulo plantea.

PROGRAMA: LOS TELA	
CAPÍTULO: VIO Y TRUFFA	
Análisis Objetivo	
Imagen	
Público objetivo	7 a 12 años
Duración	29:20 min.
Descripción (Tema)	«Los Tela es una serie documental en la que conocidos artistas visuales chilenos comparten su arte y trabajo con distintos niños y niñas. En cada episodio, un niño o niña tiene una inquietud artística y busca a un artista para que juntos puedan resolverla» (Plataforma Novasur). Dirigida por Verónica Waissbluth. «Con 25 capítulos de 13 minutos cada uno, la serie se trata de niños que interactúan con artistas visuales consagrados, hablando acerca de su vida y de su obra. La idea es simple, pero además de un óptimo manejo audiovisual, exige un profundo conocimiento de las artes plásticas: dos requisitos no siempre fáciles de combinar. La idea es dar a conocer la trayectoria, los temas y las características plásticas de pintores chilenos contemporáneos y desmitificar la imagen de los artistas como seres inalcanzables y retirados del mundo, acercando los espectadores a la cotidianeidad del trabajo artístico» (web CNTV).

	Financiada por el Fondo CNTV 2013.
Finalidad	Este programa <i>Educativo</i> busca difundir expresiones artísticas y desmitificar el trabajo de los pintores y escultores, permitiendo conocerlos en su cotidianeidad. El programa enfatiza la camaradería entre los artistas y los niños.
Sinopsis	« Diego quiere hacer arte con papel reciclado. Andrés Vio , artista, lo ayuda y enseña algunas técnicas de arte. Y luego Mariana tiene que hacer un afiche y recibe ayuda de Bruna Truffa , artista visual que utiliza elementos de la publicidad y los avisos» (Plataforma Novasur). Actualmente se transmite por TVN
Web	https://infantil.cntv.cl/videos/vio-y-truffa
Otros materiales web	Guía EMA 7-12 años https://infantil.cntv.cl/printpdf/content/guia-educacion-en-medios-audiovisuales-para-publico-ninosas-de-7-12-anos
Personajes	En este programa de no ficción interactúan niños y niñas reales con pintores y escultores. Cada episodio es protagonizado por dos niños que buscan el apoyo de dos artistas para realizar una obra. Diego es un niño que tiene una preocupación por el cuidado del medio ambiente, le gusta meditar y es DJ. Para buscar qué hacer con los diarios que la gente desecha pide ayuda al artista Andrés Vio un reconocido artista que trabaja con ese material. La segunda parte del programa es protagonizada por Mariana , una niña alegre e inquieta que está organizando una feria de las pulgas escolar y busca la ayuda de la pintora Bruna Truffa para hacer un afiche.
Estructura dramática	Se presentan dos historias por capítulo. Cada segmento inicia con un niño que presenta una idea o problema como hacer un retrato, diseñar un afiche, reciclar papeles de diario, etc. y recurre a un artista que lo puede ayudar. El protagonista visita al artista en su taller y conversan de sus técnicas y motivaciones. Luego, niños y artistas salen a recorrer la ciudad para ver de dónde obtienen sus materiales como el centro de reciclaje de papel o las tiendas de objetos para manualidades y, finalmente, regresan al taller a realizar una obra que resuelve su inquietud inicial.
Análisis Morfológico	
Es un programa de no ficción y acción real, que tiene elementos de reportaje, ya que los niños y las niñas preguntan a los artistas respecto de sus técnicas y motivaciones, materiales, preferencias, temas favoritos, etc. Algunos elementos gráficos aportan elementos de humor que, por ejemplo, hacen ver a Andrés Vio como un maestro oriental. La acción ocurre tanto en la casa de los protagonistas, como en el taller de los artistas. Ellos visitan exteriores como la planta recicladora de papel, la Vega central y los comercios de Santiago, locaciones que varían en cada capítulo.	
Análisis Crítico	
El programa fomenta el acercamiento al arte y la expresión artística de los niños desde una perspectiva lúdica y fresca, lejos de una mirada académica. La temática del arte se aborda	

desde la curiosidad de niños y niñas y de sus inquietudes frente a la actividad de los artistas. Los adultos se ponen a disposición de los niños, de sus preguntas y necesidades, mostrando sus talleres, comentando acerca de su trabajo y acompañándolos a recorrer lugares de la ciudad en los que puedan encontrar materiales o inspiración para sus obras. En este sentido, los adultos fomentan la participación infantil, en su grado más alto, según lo planteado por Hart (1993, p. 10) en la escalera de la participación: como una acción «iniciada por niños y decisiones compartidas con los adultos». Los niños se convierten en artistas realizando con apoyo de los pintores sus propias creaciones, promoviendo su autonomía y estimulando su expresión a través del arte.

PROGRAMA: HORACIO Y LOS PLASTICINES	
CAPÍTULO: LA INVITACIÓN	
Análisis Objetivo	
Imagen	
Público objetivo	3-6 años
Duración	07:17 min.
Descripción (Tema)	«Horacio y Los Plasticines es una serie de videos infantiles que utiliza títeres y animación en <i>stop motion</i>, para contar las aventuras que vive un niño tras llegar a su casa del jardín. En ese momento entra a su habitación donde lo esperan sus mágicos amigos, Los Plasticines. Cuatro barras de plastilina que viven sobre una mesa de manualidades. Horacio conversa con sus amigos, quienes siempre lo escuchan, aconsejan y lo ayudan a través de entretenidas canciones» (Plataforma Novasur). «Esta 2ª temporada comprenderá 26 capítulos de 7 minutos c/u. Horacio es un niño de 5 años que destaca por su capacidad de asombro, sentido del humor, energía, y una apasionada curiosidad por descubrir el mundo y el porqué de todo. Su ansia de descubrimiento le causa frustración cuando no entiende algo, pero para eso tiene a sus amigos Los Plasticines, seres de plastilina llamados Rojo, Azul, Amarilla y Verde que viven en su caja sobre la mesa de manualidades de la habitación de Horacio. Junto a ellos y sus canciones, Horacio encontrará respuestas a sus interrogantes».

	La segunda temporada de la serie financiada por el Fondo del CNTV en 2013 fue realizada por Zumbástico Studio y dirigida por Cristián Louit.
Finalidad	Este programa <i>Educativo</i> vinculado con la formación personal y social de los más pequeños, promoviendo valores como la no discriminación, inclusión, amistad y la sana convivencia.
Sinopsis	«Horacio tiene muchas ganas de jugar con una nueva compañera, pero no se atreve a invitarla. ¿Logrará hacerse su amigo?» (Plataforma Novasur)
Web	https://infantil.cntv.cl/videos/la-invitation
Otros materiales web	Cartilla EMA 3 – 6 años https://infantil.cntv.cl/printpdf/content/guia-educacion-en-medios-audiovisuales-para-publico-infantil-de-3-6-anos
Personajes	Horacio es un niño inquieto, impulsivo, buen amigo, cariñoso, juguetón y con mucha imaginación. Como todos los niños menores de 6 años, a veces se frustra y se enoja. Flo es la amiga de Horacio, una niña alegre y simpática, que es la compañera de juegos de Horacio. Los Plasticines son los amigos imaginarios de Horacio y representan a una banda musical, cada integrante con distintas personalidades: por ejemplo, mientras Verde es un poco sordo, Azul repite dos veces la última palabra. Cada uno de ellos toca un instrumento hecho con materiales reciclados como tapas de botellas y lápices de colores. A través de su canción entregan consejo y orientación a Horacio, para que pueda reflexionar y encontrar la mejor solución a las situaciones cotidianas. Lucas, el perro mascota de Horacio recibe a su amo cada día cuando llega del Jardín infantil, aportando un toque de humor y ternura. Los hermanos Ilabaca, del grupo musical Chanco en Piedra, componen una canción especial para cada episodio, que ocupa un lugar relevante en el desarrollo del capítulo. En el análisis de este programa realizado por Fuenzalida (2016, p. 182), el autor destaca la importancia de la banda sonora del programa: «La música cumple una función muy importante en esta serie. El cabozote anuncia musicalmente en cada episodio el nombre de la serie Horacio y Los Plasticines y aparecen los personajes con Los Plasticines. Luego la canción central aborda de forma didáctica la enseñanza para Horacio acerca de cómo enfrentar el tema del episodio. La serie muestra temas cotidianos de un niño en el jardín infantil y en su hogar, entremezclando aspectos emocionales y cognitivos».
Estructura dramática	Los capítulos se inician con la llegada de Horacio del Jardín infantil a su habitación en la que se encuentra con sus amigos Plasticines que le preguntan cómo ha ido su día. Horacio les cuenta y les plantea una situación que debe resolver: cómo invitar a una niña nueva a jugar, cómo cuidar a los gatitos recién nacidos de su

	amiga Flo , cómo entretenerse sin usar videojuegos. Los Plasticines cantan una canción y aparece un videoclip alusivo al tema del capítulo. Después de este mensaje musical Horacio ya sabe cómo resolver el tema que lo inquieta.
Análisis Morfológico	
« Horacio y Los Plasticines es una serie preescolar de <i>mixed media</i> : acción real con títeres (registrado en Full HD) y animación <i>stop motion</i> con personajes de plastilina» (web CNTV). La acción ocurre en la habitación de Horacio cuando este llega de la Escuela Infantil. Durante la canción, Los Plasticines se transportan a un escenario diferente, que puede ser un lugar del barrio, la plaza o la escuela.	
Análisis Crítico	
El programa presenta a títeres que representan a un niño, su mascota Lucas , su amiga Flo y unos entretenidos amigos imaginarios, Los Plasticines . Es un programa con acento en la educación emocional y se relaciona con las bases curriculares de Educación Parvularia en el ámbito de la formación personal y social, específicamente en el núcleo de convivencia, ya que promueve el desarrollo de habilidades como la empatía, la inclusión, la vida saludable, el autocuidado, entre otras. Pese a su corta edad, Horacio y sus amigos representan a niños competentes, autónomos y capaces de resolver situaciones que se les presentan y con las que su audiencia puede sentirse identificada: ¿podemos cuidar a los gatitos recién nacidos de la vecina?, ¿cómo podemos invitar a una niña nueva a jugar?, ¿podemos jugar juntos si queremos hacer cosas distintas? El programa permite que los niños y niñas resuelvan situaciones difíciles de acuerdo con su experiencia. En ese sentido, tanto el clip musical como el mensaje final del programa son positivos y propositivos, mostrando al protagonista opciones para actuar de manera correcta, promoviendo conductas prosociales.	

PROGRAMA: CEHACHEÍ	
CAPÍTULO: SURF	
Análisis Objetivo	
Imagen	
Público objetivo	7 a 12 años
Duración	31:20
Descripción (Tema)	«Serie documental que en 13 capítulos explorará el sentimiento deportivo que hay detrás del grito de aliento más famoso de Chile, a partir del testimonio y experiencias diarias de 13 niños y adolescentes dedicados con pasión y talento a la práctica de diferentes disciplinas deportivas con un único sueño en el horizonte: transformarse en los futuros campeones del deporte chileno. Orientada a un público infantil y sus familias» (web CNTV). Realizada por Kungan Project y dirigida por Michel Gajardo, la serie fue financiada por el Fondo CNTV en 2014.
Finalidad	Programa <i>Educativo</i> de divulgación de la vida saludable la práctica deportiva, que busca dar a conocer el testimonio y la vida diaria de niños y niñas que desean convertirse en campeones olímpicos, en diferentes disciplinas a lo largo de Chile.
Sinopsis	« Poukura tiene 12 años y es un niño que vive en Isla de Pascua, donde aprendió a nadar junto a su padre, quien es su entrenador. En el programa lo vemos prepararse para el campeonato nacional y la final en Iquique, un paso más en su camino hacia los campeonatos mundiales» (Plataforma Novasur).
Web	https://infantil.cntv.cl/videos/surf
Otros materiales web	Guía de Educación en Medios audiovisuales 7 a 12 años.
Personajes	Poukura Varas es el protagonista de este episodio. Tiene 12 años y vive en Rapa Nui (Isla de Pascua) con su familia: su mamá Carolina , su papá René y su hermana Avellana , de la etnia rapa nui. Es un niño tranquilo y silencioso, que disfruta de hacer actividades como pescar con su abuela o ayudar en el restaurante de sus padres. Pese a su buen carácter también a veces se enoja y se frustra. Sus padres son el principal apoyo en su camino a convertirse en campeón nacional, apoyando su participación en competencias, brindándole contención y exigiendo disciplina.

Estructura dramática	El programa se inicia dando a conocer al protagonista, su entorno y su cotidianeidad: su escuela, la playa en la que le gusta surfear, las actividades que realiza con su familia, como salir de pesca con su abuela. El conflicto se presenta cuando Poukura se siente enfermo y teme no poder enfrentar la competencia en Iquique. Pese a ello viaja con su papá a la ciudad nortina a competir. Aunque los entrenamientos no resultan como había esperado Pou logra ganar la competencia en su categoría, para alegría de sus padres.
Análisis Morfológico	
Programa de no ficción, de género documental con acción real. El programa ocurre en el entorno de los deportistas que protagonizan cada episodio. En este caso, Isla de Pascua, siguiendo al protagonista en sus escenarios cotidianos, tanto en su casa, la escuela, el restaurante de sus padres, así como los paisajes naturales en los que surfea. El documental también sigue a Poukura en su viaje a competir a la ciudad de Iquique y presenta bellas tomas de dentro del agua para recrear la experiencia del surf.	
Análisis Crítico	
Este documental acompaña a pequeños deportistas en su práctica, desde una perspectiva cercana, mostrando su realidad familiar y escolar. Así como promueve un estilo de vida saludable y la práctica deportiva, está enfocado desde de las motivaciones personales que llevan a estos niños y niñas practicar un deporte. Los protagonistas y sus familias dan a conocer sus sueños, dificultades y desafíos para transformarse en deportistas de élite. Los protagonistas aparecen como sujetos capaces de superar adversidades. Tanto en sus victorias como en sus derrotas se privilegia un punto de vista humano que permite a las audiencias identificarse con estos deportistas de alto rendimiento. Las historias presentan mensajes positivos de superación y motivación personal, unidas al disfrute de una actividad que los apasiona.	

PROGRAMA: NANOAVENTURAS	
CAPÍTULO: AS MÁGICO	
Análisis Objetivo	
Imagen	
Público objetivo	7 a 12 años
Duración	13:07 min.
Descripción (Tema)	«Serie de animación que invita a niños y niñas a conocer los secretos del cuerpo humano junto a Mirko, un estrambótico científico, Rocío y Seba, quien viaja al interior del cuerpo humano y las células a bordo de un nano robot y develar los grandes misterios científicos del mundo microscópico, de la biología y la salud. En cada capítulo, Seba, guiado por Rocío y con el apoyo de la nanotecnología y el conocimiento científico de Mirko, enfrenta diversos desafíos y resuelven juntos numerosos problemas, como los ataques de bacterias, infecciones, virus, el funcionamiento del aparato digestivo, la contaminación del aire y los daños al sistema respiratorio, las consecuencias de la obesidad y la mala alimentación, el funcionamiento del sistema nervioso, la fotosíntesis, el funcionamiento de las células, la energía corporal y el acondicionamiento físico, la basura y el biogás, entre otros» (Plataforma Novasur). Es realizada por Cábala Producciones. Su director ejecutivo es Gonzalo Argandoña y su director general Gabriel Monreal. Ganó el financiamiento del Fondo CNTV en 2015.
Finalidad	Programa <i>Educativo</i> , que pretende el conocimiento del cuerpo humano, sistemas: respiratorio, digestivo y sus procesos.
Sinopsis	«En este episodio, Mirko , Rocío y Seba se aventuran dentro de los pulmones de Seba que muestran los efectos negativos del humo del tabaco y la contaminación del aire» (Plataforma Novasur).
Web	https://infantil.cntv.cl/videos/magico
Otros materiales web	Ficha educativa. https://infantil.cntv.cl/sites/default/files/videos/material/54743/asmagico.pdf
Personajes	El programa tiene tres protagonistas Seba , un niño inquieto, algo despistado y muy gracioso. Rocío es una preadolescente, algo mayor que Seba , muy inteligente, gritona y maltratadora con su amigo más pequeño.

	El Profesor Mirko es el clásico científico loco, un experto en su tema, pero algo olvidadizo y un poco exagerado.
Estructura dramática	Cada capítulo inicia con una oportunidad para hacer un <i>nanoviaje</i> al interior del cuerpo humano. En este capítulo, ya que Seba llega muy cansado al laboratorio después de correr unas cuadas, Rocío debe conducir el <i>nanobot</i> y entrar por su nariz y viajar a sus pulmones. Allí descubre manchas de alquitrán que indican que Seba podría ser un fumador y Rocío debe intentar que se desinflan sus pulmones. En el viaje se trabajan conceptos como alveolo, bronquiolo, macrófagos, etc. Así como los problemas que ocasiona estar expuesto a contaminación por humo. Cada capítulo termina con una nota humorística.
Análisis Morfológico	
Serie de ficción animada. La acción ocurre dentro del laboratorio de Mirko, así como al interior del cuerpo de algún personaje, como Seba .	
Análisis Crítico	
El programa promueve hábitos saludables que se desarrollan en cada capítulo, por ejemplo, la sana alimentación, alejarse del humo del tabaco, la necesidad de hacer ejercicio, entre otros. Los protagonistas aparecen descritos con virtudes y defectos, desde una perspectiva humorística. Sin embargo, cabe considerar que un aspecto negativo es que se naturaliza el maltrato verbal de Rocío a su amigo al que llama en cada capítulo con varios mote: tarado, idiota, cabeza hueca, debilucho, microbio y gusano. Si bien el uso de sobrenombres puede ser considerado un recurso de humor, no debiese ser con palabras que menoscaben a los niños y que sean susceptibles de imitar por sus audiencias. Asimismo, el trato de Rocío hacia Seba, no se limita a las palabras, sino también se burla y le grita. Como aspectos positivos, Seba y Rocío son los navegantes del <i>nanobot</i>, por lo que son competentes y autónomos ya que son ellos los que resuelven las situaciones que se les presentan, a través del viaje. Rocío y Seba tienen la oportunidad de desenvolverse en un mundo fantástico como el interior del cuerpo humano. El adulto, Mirko, es un científico que encarna al adulto torpe, pero poseedor del conocimiento. Él explica los conceptos, los que son apoyados con gráficas animadas, muy coloridas. La ficha educativa vincula el programa con el ámbito de la ciencia y la tecnología, sin asociarlo a una asignatura y nivel específico. También aporta nociones para trabajar el programa desde la perspectiva de Educación en Medios, sugiriendo actividades previas a la emisión, durante el visionado y después de este. Así como reflexiones respecto de las preguntas para el análisis sugeridas por el <i>Center for Media Literacy</i> (2009).	

4.3.3. Análisis Crítico Programas Coproducción Nacional

Las coproducciones nacionales ocupan el 27,5% de la oferta de contenidos disponibles en la web de Novasur, lo que equivale a 535 capítulos, siendo el segundo tipo de adquisición de programación más frecuente luego de los programas del Fondo CNTV. Tal como detalló en el capítulo anterior, las entidades coproductoras nacionales son principalmente instituciones públicas (como el Ministerio de Educación y el Ministerio de Medio Ambiente, así como Servicios del Estado: Impuestos Internos, Servicio Nacional del Consumidor, Explora – CONICYT, entre otros). También

universidades, productoras audiovisuales (como *Nature & Films* o *Rojizo*) y Fundaciones.

Los programas realizados en coproducción analizados más detalladamente son los siguientes: dos ficciones animadas con vinculación curricular, *Lyn y Babas* (capítulo *Babas, mi nuevo amigo*) serie de ciencias realizada con la Fundación Ciencia & Vida y orientada a público menor de 6 años. Y el programa *Capicúa*, serie curricular de arte coproducida con el programa Puentes Educativos, dependiente de la ACHNU (Asociación Chilena Pro-Naciones Unidas) de la cual se visionaron dos episodios, el primero, *Figurativo y Abstracto* fue asociado con el primer ciclo de educación básica (4º año básico) y el capítulo *Gamas y Contraste*, asociado con el segundo ciclo de Educación Básica (6º año).

También se describen dos series de acción real no curriculares: *Investigamigos* realizada con la misma entidad coproductora del programa *Capicúa*, ACHNU- Puentes Educativos-. De esta serie se escogió el capítulo *Legado de los pueblos originarios*. Del programa realizado con el Consejo Nacional de la Cultura y de las Artes, CNCA, *Un mundo de amigos*, se analizó el episodio *Azaan + Belén*.

PROGRAMA: LYN Y BABAS	
CAPÍTULO: BABAS, MI NUEVO AMIGO	
Análisis Objetivo	
Imagen	
Público objetivo	Hasta 6 años
Duración	05:36 min
Descripción (Tema)	« Lyn y Babas es una serie de animación que intenta despertar en las niñas y niños el interés por la investigación de su entorno. En cada capítulo la protagonista Lyn , una niña curiosa e inquieta, junto a su amigo el caracol Babas se embarcan en distintas aventuras, para descubrir fenómenos naturales, la fauna y la flora, o las partes de su cuerpo» (Plataforma Novasur). Este programa fue coproducido por Novasur y la Fundación Ciencia & Vida. La productora a cargo fue GVG y el director de la serie fue Julián Rosenblatt.
Finalidad	Este programa <i>Educativo</i> , busca aportar conceptos científicos, del cuidado del medio ambiente y del cuerpo humano, a través de las aventuras de una pequeña niña graciosa y curiosa.

Sinopsis	« Lyn quiere tener una mascota y sale con su lupa a investigar a la plaza. Allí se encuentra con un perro, pero es demasiado grande, también se encuentra con un gato, pero es muy enojón. Hasta que conoce a Babas , un caracol de tierra. Lyn se fascina con las características del caracol, al ser pequeño le parece el compañero ideal para sus aventuras. Sin embargo, Babas es algo temeroso y no le gustan las aventuras, por eso se rehúsa a ser mascota de la niña» (Plataforma Novasur).
Web	https://infantil.cntv.cl/videos/babas-mi-nuevo-amigo
Otros materiales web	Guía Educación en Medios Audiovisuales 3-6 años
Personajes	Lyn es una niña muy alegre, curiosa y con alma de científica. Recorre el parque con una lupa, sube a los árboles y se arrastra por el pasto explorando todo a su alrededor. Representa cabalmente a una niña de esa edad, capaz de mirar los fenómenos de la realidad con un toque de fantasía: así como lleva un parche en su rodilla, también viste una capa de super héroe o disfraz de mariposa y unas antiparras que le permiten ver las cosas como son en la realidad. Babas es un caracol cegatón, tímido y algo cobarde, que sin embargo probará su valor al convertirse en compañero de aventuras de la risueña Lyn. Niños y niñas reales también son parte del programa, ya que al final de cada episodio aparecen visitando jardines, parques, aulas o en el laboratorio, conociendo las especies que se dan a conocer.
Estructura dramática	El capítulo inicia con Lyn jugando a explorar y buscando un compañero de aventuras, así descubre a un caracol, del cual reconoce características como su baba, cachitos, caparazón y dientes. Lyn ayudará a Babas a mejorar su visión, para reconocer a sus verdaderos depredadores y se harán amigos inseparables.
Análisis Morfológico	
En esta ficción animada 2 D la acción ocurre en una plaza o parque el que Lyn juega y explora. Hacia el final del capítulo vemos niños reales grabados en <i>live action</i> en diferentes lugares, como sus escuelas o jardines infantiles interactuando con los animales que conocieron en el capítulo	
Análisis Crítico	
Respecto de la <i>calidad en la representación del niño en la narración</i>, como señala Fuenzalida (2016, p. 223) Lyn ejemplifica a una pequeña curiosa, alegre, abierta al descubrimiento de diversos fenómenos. Es competente, autónoma y con capacidad de resolución de problemas y la representa en su cotidiano. Este personaje animado genera identificación en el grupo de pares, ya que es una niña como cualquier otra: se ensucia, usa diferentes ropas, se disfraza, juega con agua, anda descalza y juega. El elemento de fantasía es importante, ya que la imaginación es un rasgo relevante de los niños y niñas de ese rango etario. Su compañero Babas es una suerte de <i>adulto torpe</i>, en este caso algo miedoso. El programa si bien es curricular no dispone de una guía pedagógica en la web. Su propósito es educativo en el ámbito de las ciencias naturales y apunta a los objetivos transversales,	

por ejemplo, a través del respeto que **Lyn** demuestra por los otros seres vivos con los que le toca interactuar.

PROGRAMA: CAPICÚA, ARTE AL DERECHO Y AL REVÉS	
CAPÍTULO: FIGURATIVO Y ABSTRACTO	
Análisis Crítico	
Imagen	
Público objetivo	7 a 12 años
Duración	03:17 min
Descripción (Tema)	«Serie de animación que muestra la amistad de dos compañeros muy curiosos e inquietos que estudian en una escuela rural y que siempre están dispuestos a descubrir y aprender sobre el arte en sus diversas expresiones» (Plataforma Novasur). El programa es una coproducción entre Novasur y ACHNU Puentes Educativos. Fue realizado por la productora La Nave Producciones y dirigido por Sebastián Correa.
Finalidad	Este contenido <i>Educativo</i> entrega nociones de arte, las que son aplicadas por los protagonistas a través de la observación de sus entornos y por la realización de obras con los materiales que tienen a mano. El espacio promueve la creatividad y la expresión artística de niños y niñas. Este episodio se vincula con las bases curriculares del primer ciclo de educación básica (4º año básico) en la asignatura de Artes Visuales
Sinopsis	« Manuela y Víctor deben hacer un trabajo para la asignatura de arte, pero no tienen muy claro lo que significa el arte figurativo y abstracto y se preguntan si el arte figurativo es parecido a la realidad. El programa ejemplifica la diferencia básica entre el arte figurativo y el arte abstracto con elementos de la vida cotidiana y para sus definiciones utilizan obras de la historia del arte universal» (Plataforma Novasur).
Web	https://infantil.cntv.cl/videos/figurativo-y-abstracto
Otros materiales web	https://infantil.cntv.cl/sites/default/files/videos/material/55478/figurativoyabstracto.pdf
Personajes	Manuela y Víctor son dos preadolescentes que viven en un pueblo en el campo de la zona central de Chile. Ambos descubren en su cotidiano o a partir de las tareas escolares diferentes

	manifestaciones artísticas, como pintura, escultura, fotografía y diversos conceptos asociados a las artes visuales como impresionismo, arte abstracto, contraste, etc. La Voz en Off es un adulto que aporta con datos y definiciones de arte, en este caso, los conceptos de arte abstracto y figurativo. Este rol a veces lo cumple el Abuelo o un artista.
Estructura dramática	El capítulo se inicia con Manuela ante una tarea escolar en la que le piden distinguir conceptos de arte figurativo y arte abstracto. Víctor llega para ayudarla y luego de escuchar la definición de la voz en off deciden explorar su entorno para ver ejemplos, los que encuentran en las esculturas de la plaza y en dibujos. Después del recorrido deciden hacer sus propias versiones de arte abstracto y figurativo.
Análisis Morfológico	
Serie de ficción animada 2D. La acción se desarrolla en un pueblo imaginario en el campo chileno, en el que viven Manuela y Víctor . Se describen sus casas, su barrio y lugares cotidianos como la escuela rural y la plaza del pueblo.	
Análisis Crítico	
El programa es protagonizado por Manuela y Víctor que viven en el campo chileno y tienen mucho interés en conocer diversas formas artísticas. Pese a vivir en un pequeño pueblo, ambos logran en su recorrido por los distintos lugares del pueblo reconocer diferentes formas de arte. Esta serie educativa busca difundir conocimientos artísticos, así como incentivar el desarrollo de la creatividad en niños y niñas. En este capítulo, ambos niños aplican conceptos que han aprendido en su localidad, buscando el arte en situaciones y lugares cotidianos. Los protagonistas realizan actividades diarias como hacer los deberes, jugar e interactuar con los vecinos, lo que logra una identificación por parte de las audiencias infantiles, tanto urbanas como rurales. Estimula el desarrollo de la creatividad, ya que la aplicación de los conceptos se realiza a través de un dibujo, una escultura, fotografías, etc.	

PROGRAMA: CAPICÚA	
CAPÍTULO: GAMAS Y CONTRASTES	
Análisis Objetivo	
Imagen	
Público objetivo	7 a 12 años
Duración	03:07 min.

Descripción (Tema)	«Capicúa es una serie de animación que muestra la amistad de dos compañeros de una escuela rural y son muy curiosos e inquietos por descubrir y aprender sobre el arte en sus diversas expresiones» (Plataforma Novasur). El programa es una coproducción entre Novasur y ACHNU Puentes Educativos. Fue realizado por la productora La Nave Producciones y dirigido por Sebastián Correa.
Finalidad	Programa <i>Educativo</i> que pretende difundir conceptos generales de arte y fomentar la creación artística de niños y niñas.
Sinopsis	« Manuela y Víctor sacan fotos y luego las ven en el computador de la escuela donde prueban editarlas con diferentes colores de fondo y alterando el resultado final.» (Plataforma Novasur).
Web	https://infantil.cntv.cl/videos/gamas-y-contraste
Otros materiales web	Guía Pedagógica https://infantil.cntv.cl/sites/default/files/videos/material/55495/gamasycontrastes.pdf
Personajes	Manuela y Víctor son dos preadolescentes que viven en un pueblo en el campo de la zona central de Chile. Ambos descubren en su cotidiano, o a partir de las tareas escolares, diferentes manifestaciones artísticas como pintura, escultura, fotografía y diversos conceptos asociados a las artes visuales como impresionismo, arte abstracto, contraste, gamas, etc. La Voz en Off es un adulto que aporta con datos y definiciones de arte, en este caso, los conceptos de arte abstracto y figurativo. Este rol a veces lo cumple el Abuelo o algún vecino o artista.
Estructura dramática	El capítulo inicia con Manuela tomando una <i>selfie</i> con Carlos . Después de ir a editar la foto en los computadores de la escuela descubren que pueden mejorar el resultado usando gamas de colores y haciendo contraste con ellos. La voz en off aporta con la definición de esos conceptos y ellos deciden usar una foto para un afiche de <i>rock</i> .
Análisis Morfológico	
Serie de ficción animada 2D. La acción se desarrolla en un pueblo imaginario en el campo chileno, en el que viven Manuela y Víctor . Se describen sus casas, su barrio y lugares cotidianos como la escuela rural y la plaza del pueblo.	
Análisis Crítico	
El programa es protagonizado por Manuela y Víctor que viven en el campo chileno y tienen mucho interés en conocer diversas formas artísticas. Ambos protagonistas ilustran que hoy los niños y las niñas del campo y de la ciudad desarrollan prácticas culturales similares: se interesan por el arte u otros temas; toman <i>selfies</i> ; suben información a las redes sociales, etc., lo que trasciende a la residencia y al grupo social al que pertenecen, los que no son los únicos elementos definitorios en su identidad. Además, al igual que otros niños y niñas de su generación, Víctor y Manuela , los protagonistas de la serie son vistos como sujetos activos, que se mueven por sus intereses. También quieren desarrollar habilidades para desenvolverse en el mundo de la información, con un uso tecnológico que para ellos tiene sentido. Por ejemplo, si bien otros	

niños (de otros entornos o de mayores recursos) acceden a la Internet desde la comodidad de su domicilio, ellos van a la escuela a trabajar en el computador, lo que también permite que niños y niñas de lugares diversos y de distintos contextos se sientan identificados. Esta serie sale de la caracterización simplista de los niños del campo. Es un programa educativo que vinculado con la asignatura de Artes visuales para el 6º año de educación básica. En la Guía pedagógica se explicita como Objetivo de Aprendizaje Transversal que «El uso educativo de este audiovisual permite al docente trabajar los OAT referidos a la capacidad de observación y registro de fenómenos visuales y estéticos; de interpretación y apreciación estéticas; y de expresión visual de ideas y emociones. Se sugiere al docente el OAT específico de Demostrar disposición a desarrollar su creatividad, experimentando, imaginando y pensando divergentemente» (Guía pedagógica)

PROGRAMA: INVESTIGAMIGOS	
CAPÍTULO: LEGADO DE LOS PUEBLOS ORIGINARIOS	
Análisis Objetivo	
Imagen	
Público objetivo	7 a 12 años
Duración	02:58 min.
Descripción (Tema)	«Investigamigos es una serie de acción real de veinte capítulos en que un grupo de niños y niñas investigan un tema de historia y/o geografía y/o ciencias sociales; todos los episodios parten con un problema o desafío que los protagonistas deben resolver a través de una investigación que consulte fuentes y/o entrevista a personas y lleva a cabo además acciones concretas que les permitirán aprender haciendo. Cada capítulo termina con una animación que sintetiza los contenidos desarrollados y enfatiza lo primordial; la serie está concebida para ser vista por un público amplio, entre 7 y 12 años para lo que se ha enfatizado el desarrollo de habilidades y resolución de problemas» (Plataforma Novasur). La serie coproducida por Novasur y ACHNU Puentes Educativos fue realizada por la Productora Cinecittá y dirigida por Cinzia Betancourt.
Finalidad	Programa <i>Educativo-Informativo</i> que introduce nociones de ciencias sociales e historia a partir de tres amigos investigadores. Los temas que aborda la serie son los Derechos de los niños, las autoridades electas, las tradiciones, el legado de los pueblos originarios, entre otros desde la mirada infantil.

Sinopsis	«En este capítulo tres amigos investigadores resaltan la importancia de preservar nuestras tradiciones que nos otorgan identidad, El grupo concluye que somos chilenos no solo porque vivimos en un territorio llamado Chile, también lo somos por compartir costumbres, celebraciones nacionales, comidas, música, artesanías, etc. Y un aspecto muy importante y complementario: hay que cuidar estas tradiciones y transmitirlas de la misma forma que nuestros mayores lo hicieron con nosotros» (Plataforma Novasur).
Web	https://infantil.cntv.cl/videos/legado-de-los-pueblos-originarios
Otros materiales web	No hay materiales asociados.
Personajes	El programa es protagonizado por tres niños: Salvador , Inti y Violeta . Son niños reales que a partir de sus inquietudes realizan una investigación ficcionada a partir de sus propias experiencias y en su entorno.
Estructura dramática	A partir de una inquietud de uno de los niños, los tres amigos comienzan a investigar un tema. En este caso, a partir de la palabra <i>guácala</i> , un vocablo indígena, deciden entrevistar a su profesor para preguntarle por otras palabras que se usan diariamente y provienen de las lenguas de los pueblos originarios de Chile. El profesor les da ejemplos de palabras de los pueblos aymaras, quechuas y mapuches que todavía se utilizan, como <i>pololo</i> , <i>chala</i> , entre otras. Cuando los niños van a almorzar comen un guiso típico, el <i>charquicán</i> que proviene de vocablos aymara y mapuche. El capítulo finaliza respecto del aporte de los pueblos originarios a través de una gráfica.
Análisis Morfológico	
Programa de reportaje de acción real que ocurre en el lugar en el que viven los niños y niñas protagonistas como su escuela, sus casas, barrio y ciudad.	
Análisis Crítico	
La serie en sus 20 episodios ejemplifica con sencillez algunos conceptos de las ciencias sociales y de la historia de Chile. Los tres amigos protagonistas del programa buscan responder sus inquietudes en torno a un tema y para ello, buscan entrevistados, visitan lugares o recurren a sus propias experiencias. Si bien no siempre los conceptos son explicados por los propios niños, ellos son los investigadores, quiénes plantean preguntas y buscan las respuestas, lo que permite la identificación de sus audiencias.	

PROGRAMA: UN MUNDO DE AMIGOS	
CAPÍTULO: AZAAN + BELÉN	
Análisis Objetivo	
Imagen	
Público objetivo	7 a 12
Duración	8:53 min
Descripción (Tema)	«Un mundo de amigos es una serie documental que rescata las historias de amistad entre niños y niñas chilenos e inmigrantes extranjeros en distintos rincones del país, compartiendo sobre su cultura, sus gustos personales, juegos, intereses, tradiciones y la amistad que los une» (Plataforma Novasur). Esta coproducción entre CNTV y el Consejo Nacional de la Cultura y de las Artes, CNCA, fue realizada por las productoras Paprika Films y TVI Chile y dirigida por Alex Moya.
Finalidad	Programa <i>Educativo</i> que promueve el desarrollo de valores personales y sociales, como la amistad, el respeto de la diversidad y el reconocimiento de la dignidad de los otros.
Síntesis	«En este episodio, conocemos la amistad de Azaan y Belén. Azaan inmigró desde Pakistán con su familia y ha desarrollado una rica amistad con Belén, compañera de escuela. Belén está muy interesada en aprender sobre la cultura, la religión musulmana y las tradiciones de Azaan, y Azaan quiere conocer y compartir más con Belén y el resto de sus compañeros en Chile. En este episodio nos muestran la transparencia y la curiosidad de los niños que trasciende las diferencias para encontrarse en la familia, la identidad de cada uno, los sueños futuros, los juegos, la comida, y el enorme valor de la amistad» (Plataforma Novasur).
Web	https://infantil.cntv.cl/videos/azaan-belen
Otros materiales web	Guía en Educación en Medios audiovisuales 7 a12 años
Personajes	Este capítulo es protagonizado por Azaan y Belén . Azaan es un preadolescente que llega al país desde Pakistán con su familia a vivir a la ciudad de Chillán. En la escuela conoce a Belén , una niña chilena de 11 años. Mientras ella es presidenta del Centro de Alumnos, evangélica y muy sociable, él es musulmán, muy callado y reservado. En el capítulo conocemos qué tienen en común y qué los lleva a ser amigos.

Estructura dramática	El programa comienza con la presentación de los protagonistas. En el comedor de la escuela, Belén presenta a través de un video –que ella misma graba– a su compañero de escuela Azaan , que viene desde Pakistán. Luego conocemos algo más de Azaan y sabemos que le gusta jugar fútbol y que su sueño es viajar a Egipto para estudiar El Corán. Belén visita a su amigo y conoce a su mamá y a sus hermanas, que le cuentan algunas de sus costumbres. Juntos disfrutan de la comida típica de su país. Luego vemos a los niños jugando en la playa, que han visitado con sus familias, las que comparten comida y juegos típicos chilenos. Al final del programa los dos amigos comentan acerca de las cosas que tienen en común y lo qué los hace ser tan especiales el uno para el otro.
Análisis Morfológico	
Serie documental de acción real que en sus seis capítulos que muestra la vida diaria de niños y niñas chilenos e inmigrantes que describen cómo llegaron a ser amigos. Cada capítulo transcurre en una localidad diferente del país: las ciudades como Rancagua. El relato transcurre en la localidad donde los niños viven, en este caso en la ciudad de Chillán, y muestra sus casas y entornos.	
Análisis Crítico	
Este programa es protagonizado por niños reales, que cuentan sus historias de amistad. La opinión y el testimonio de los niños y niñas es lo más relevante de estos relatos, que se transmiten desde la vida cotidiana (en sus ámbitos familiares, su escuela, el barrio, sus actividades favoritas), poniendo el foco en el Derecho de Niños a opinar. Esta situación permite la identificación del público infantil, en una sociedad en la que el fenómeno de la migración es creciente. En este sentido, el programa incentiva la no discriminación, tolerancia, la sana convivencia y el respeto por la diversidad cultural propia y la de los otros, temas de la Formación ciudadana. Los protagonistas son un motor para sus familias se conozcan e interactúen. El programa resultó ganador del tercer lugar en categoría no ficción 7 a11 años en el <i>Prix Jeunesse Iberoamericano</i> 2017.	

4.3.4. Análisis Crítico Programas Coproducción Regional

Para el análisis detallado se seleccionaron 9 programas realizados en coproducción con otras instituciones desplegadas a lo largo del país. Si bien desde sus inicios Novasur desarrolló colaboraciones espontáneas con diversas instituciones a lo largo de Chile, entre 2012 y 2016 se desarrolló de manera intencionada, en todas las regiones, con recursos asignados y con temáticas específicas. Se trató de un modo particular de producción para el cual el Consejo Nacional de Televisión aportaba el 50% del monto de la realización y una contraparte regional, la otra mitad. Novasur asesoraba el proyecto desde el diseño de los programas, la preproducción y especialmente durante el proceso de realización. También realizaba los materiales complementarios que apoyan el uso de los audiovisuales en el contexto educativo, los que se colocaron en la web a disposición de los docentes y del público general.

Esta forma de generar contenidos se realizó como una forma de diversificar la pantalla, encontrar socios coproductores y contar con programación con pertinencia

temática, etaria y que promueva la identidad local y regional. Como se señala en el Balance de Gestión Integral del año 2016 del Consejo Nacional de Televisión (DIPRES, 2017a, p. 16):

De las coproducciones señaladas, 11 corresponden a series de carácter regional, que pertenecen al proyecto anual «serie coproducción regional», en su quinta versión. Con estas coproducciones se busca difundir contenidos locales, generar oportunidades de trabajo en el ámbito audiovisual regional y descentralizar los contenidos, historias y protagonistas de la parrilla CNTV-NOVASUR.

En 2016 la serie regional dio como resultado 25 capítulos de contenidos para público infantil entre (4 a 12 años). Estos capítulos fueron realizados en cada localidad, recogiendo testimonios, opiniones y experiencias desde la mirada de sus jóvenes, abordando los Derechos de los niños y niñas, con énfasis en 4 de ellos:

- Derecho a dar su opinión.
- Derecho al juego y acceso a la cultura.
- Derecho a la identidad.
- Derecho a no ser discriminados.

Se trató de un proceso participativo, para el cual se levantó en cada región del país una Mesa de Coproducción Audiovisual Regional, a la que se convocó a participar a profesionales de instituciones tanto privadas como públicas del ámbito gubernamental, académico, social, cultural y local. Más de 70 profesionales de diversas disciplinas representaron a cerca de 25 instituciones en estas instancias de trabajo a lo largo del país. Estas organizaciones con presencia en el territorio y vinculadas a las políticas públicas relacionadas con la infancia, desde sus propias labores desarrollan sus acciones en los siguientes ámbitos:

- Infancia y juventud (Consejo Nacional de la Infancia, Instituto Nacional de la Juventud).
- Medio ambiente (Secretarías Regionales de Medio Ambiente).
- Planificación urbana y territorio (Secretarías Regionales Ministerio de Vivienda y Urbanismo, MINVU).
- Educación parvularia, escolar y universitaria (Junta Nacional de Jardines Infantiles, JUNJI; Fundación Integra, Secretarías Regionales Ministerio de Educación, Departamentos Municipales de Educación).
- Divulgación científica (Explora-CONICYT).
- Cultura (Consejos Regionales de Cultura y de las Artes; Museo Artequin Viña del Mar; Balmaceda Arte Joven).
- Gobierno local (municipalidades).
- Derechos Humanos (Instituto Nacional de Derechos Humanos, INDH).
- Fundaciones (Fundación para la Superación de la Pobreza, Fundación Techo).

- Televisión local (Canal 39 Las Ánimas).

En conjunto con las contrapartes se organizaron los estrenos y la difusión de los materiales a lo largo del año 2017 tanto a través de la televisión, como en la web de Novasur, entre los meses de marzo y agosto. A través de estas alianzas territoriales se organizaron muestras audiovisuales educativas y talleres para formación crítica de los espectadores.

Para este análisis, según el muestreo descrito en el capítulo anterior se seleccionaron 9 series, en la Tabla 70 se describen las series, su región de procedencia en el país, los temas que trata y las entidades coproductoras.

Tabla 70. Coproducciones 2016, según región e institución coproductora			
Región	Serie	Temas	Institución Coproductora
Arica y Parinacota	Wawanakas	Derecho a la identidad Derecho a la no discriminación	CRCA, CeCrea, Arica y Parinacota
Tarapacá	Los niños y niñas de Tarapacá	Derecho a la identidad Derecho a opinar	CRCA, CeCrea Tarapacá
Coquimbo	Libres con ciencias	Derecho al juego Derecho a la opinión	Par Explora región de Coquimbo
O'Higgins	Viajes de una gotita de agua	Derecho a la identidad	Par Explora región O'Higgins
Maule	Juguemos	Derecho al juego	Ministerio de Vivienda y urbanismo Programa Quiero Mi Barrio
Bío-Bío	Así Juego	Derecho al juego	Par Explora Bío-Bío
Araucanía	Nosotros, los niños y niñas del Wallmapu	Derecho a la identidad	CRCA, CeCrea Araucanía
Los Ríos	Soy único	Derecho a la identidad	CRCA, CeCrea Los Ríos
Magallanes	¿A qué juegas?	Derecho al juego	CRCA, CeCrea Magallanes

PROGRAMA: WAWANAKAS	
CAPÍTULO: LOS NIÑOS DE CHITITA	
Análisis Objetivo	
Imagen	
Público objetivo	7 a 12 años
Duración	07:00 min.
Descripción (Tema)	«Wawanakas es una serie documental que nos presenta a Niños y niñas de la región de Arica y Parinacota que nos muestran cómo viven y qué opinan del derecho a la identidad y del derecho a la no discriminación» (Plataforma Novasur). Coproducción entre el Consejo Nacional de la Cultura y CNTV, realizada por Camanchaca consultores y dirigida por Susana Díaz.
Finalidad	Programa <i>Educativo</i> en el ámbito de Patrimonio cultural inmaterial y la difusión de los Derechos del Niño referidos a la Identidad y la no discriminación. Se da a conocer una expresión artística a través de la música y el canto, la lengua y las festividades tradicionales de la cultura de los pueblos andinos, que es común a Bolivia, Ecuador, Perú, el norte de Argentina y de Chile.
Sinopsis	«Los niños y niñas del pueblo de Chitita, ubicado en el Valle de Codpa, nos cuentan de las tradiciones y costumbres del rico y diverso panteón andino heredados por sus ancestros. Estos niños y niñas por medio de sus relatos y su música nos cuentan de la importancia del derecho a la identidad» (Plataforma Novasur).
Web	https://infantil.cntv.cl/videos/los-ninos-de-chitita
Otros materiales web	Guía Educación en Medios audiovisuales 7 a12 años.
Personajes	Tres amigos de etnias indígenas altiplánicas Gabriel, Sebastián y Pablo se juntan a jugar y a andar en bicicleta. Hacer música y cantar en la lengua de sus antepasados es algo que hacen como una forma de conectar con su herencia cultural.
Estructura dramática	Los tres amigos se presentan y nos cuentan cómo se conocieron y a qué juegan. Uno de los aspectos importantes es que hacen música como una forma de mantener su herencia cultural y conexión con sus antepasados. Los niños hacen un recorrido por su localidad en la que podemos apreciar restos precolombinos, iglesias coloniales y bellezas naturales de la zona, como la poza de la sirena en la que los chicos relatan una leyenda de la zona.

	Posteriormente los vemos prepararse para la celebración del Día de los muertos, que es una fiesta sincrética para la que preparan canciones en sus lenguas originarias, comidas y decoraciones para sus antepasados. La narración es un tanto plana y carece de clímax, lo que resta ritmo al programa.
Análisis Morfológico	
Serie de no ficción documental de acción real que transcurre en Chititas, una localidad del Valle de Codpa. Conocemos el entorno natural de este oasis, desde donde se divisan algunos de sus hitos patrimoniales como los gentilares, antiguos enterramientos altiplánicos, la iglesia de la Virgen del Carmen y la poza de la sirena. Los paisajes forman parte de la identidad que es el tema que el capítulo aborda.	
Análisis Crítico	
En este relato tres amigos nos cuentan aspectos de su herencia cultural como indígenas de los pueblos altiplánicos, a través de la mantención de su lengua, música, vestimenta y fiestas tradicionales. El relato está centrado en los tres amigos y el aspecto testimonial, centrado en la opinión de los niños y su derecho a la identidad, es lo más destacable de la serie: se los reconoce como sujetos con una voz, autónomos y competentes. Si bien los niños hacen alusión a sus antepasados no aparecen adultos en el programa, por lo que todo el protagonismo está puesto en ellos. A través del relato audiovisual es posible ver cómo estos jovencitos se expresan a través del canto y la música tradicionales de su pueblo por largas generaciones y cómo ello no sólo es una muestra artística, sino además una forma de conexión con la comunidad y sus creencias, lo que nos permite conocer algo más de la identidad andina, promoviendo la no discriminación. Muchos niños de otros lugares y culturas podrían sentirse identificados con esta forma de expresión artística y mantención de las tradiciones culturales. En este ámbito, podría señalarse que «al exponer situaciones de otras culturas y contextos, ayuda a construir la conciencia social y cultural del niño» (Sandoval, 2016, p. 149). Asimismo, son niños que disfrutan jugar, andar en bicicleta y hacer actividades propias de su edad, pese a vivir en una zona alejada y rural, evitando el estereotipo y la caricatura. El programa responde a un formato tradicional del género documental sin que aparezcan características propias de una producción para público infantil como gráficas o animaciones, lo que no permite identificar el contenido específicamente con el público destinatario asociado, más que un programa <i>para</i> niños es un programa <i>sobre</i> niños.	

PROGRAMA: LOS NIÑOS Y NIÑAS DE TARAPACÁ	
CAPÍTULO: ALTO HOSPICIO	
Análisis Objetivo	
Imagen	
Público objetivo	7 a 12 años
Duración	07:00 min
Descripción (Tema)	«Niños y niñas de la Región de Tarapacá nos dan su testimonio y nos muestran cómo viven y qué opinan del derecho a opinar y a tener una identidad» (Plataforma Novasur). Esta coproducción audiovisual entre CNTV y Consejo Nacional de la Cultura y las Artes fue realizada por V Films y dirigida por Mónica Miranda.
Finalidad	Este programa Educativo, busca dar conocer cómo viven niños y niñas de la localidad de Alto Hospicio
Sinopsis	«Un grupo de niños y niñas de Alto Hospicio nos hablan sobre el derecho a la identidad desde sus propias individualidades. Nos cuentan sobre sus intereses, sus aspiraciones, sus propios desafíos y cómo ellos enfrentan la diversidad cultural que se vive en su propia comunidad. A partir de sus diferencias nos muestran su visión sobre el respeto y la integración» (Plataforma Novasur).
Web	https://infantil.cntv.cl/videos/alto-hospicio
Otros materiales web	Guía de Educación en Medios Audiovisuales 7 a 12 años.
Personajes	El capítulo recoge los testimonios de 4 niños que residen en la localidad de Alto Hospicio: Javiera , que disfruta mucho de la lectura, Alexander cuyo pasatiempo favorito es la magia, Natalia que desea ser cantante y Juan Esteban que llegó a vivir a Chile con su familia desde Colombia. Los niños y niñas se describen a sí mismos como <i>niños como todos</i> . Los entrevistados no pertenecen a una etnia específica y tienen entre 12 y 13 años. Los niños y niñas residen en una ciudad que por años ha sido altamente estigmatizada, tanto por tratarse de uno de los asentamientos informales más grandes del país, como por una serie de crímenes que se cometieron a fines de los años noventa. Hoy gracias a la minería se trata de un polo económico, que atrae migración. Los niños y niñas entrevistados tienen intereses diferentes y quieren cumplir sus sueños: mientras Juan Esteban desea ser arquitecto y Alexander especializarse en magia, Natalia desea

	seguir cantando y cuando más grande ser profesora de Escuela Infantil.
Estructura dramática	El programa se inicia con el <i>Opening</i> animado de las coproducciones regionales vinculadas con los Derechos de la infancia, en específico el Derecho a la identidad. Va combinando relatos de los niños y niñas entrevistados, recogiendo testimonios primero acerca de su ciudad, luego acerca de lo que les gusta hacer y finalmente cuáles son sus sueños. En términos de la construcción del relato no existe un nudo o conflicto que otorgue dinamismo a la narración.
Análisis Morfológico	
Programa de no ficción documental de acción real. La acción ocurre en la localidad de Alto Hospicio, en sus calles, el mercado, la plaza y en lugares cotidianos de los niños como su casa y habitación.	
Análisis Crítico	
El programa se presenta como vinculado al Derecho de los Niños a tener su propia identidad, como un elemento propio y diferenciador, destacando la riqueza de la diversidad y el aporte de ella significa. Se inicia con un <i>Opening</i> animado en el que una mano va dibujando los colores propios de cada niño o niña de diversas etnias y distintas capacidades que aparecen, poniéndolos en a cada uno en blanco y negro, hasta que uno de los niños en silla de ruedas y con un gorro típicamente andino, saca un instrumento y a partir de su música los dibujos recuperan sus colores. Luego aparece el cartel que señala que tenemos derecho a la identidad. Esta apertura sirve para situar el programa como un espacio infantil, en el que se abordará el derecho a la identidad, con una mirada a la diversidad, expresada en las etnias, género y diferentes capacidades de los niños representados en la animación. El relato documental comienza cuando los niños de esta localidad se describen a sí mismos, haciendo uso de su derecho a opinar, como sujetos competentes y autónomos, que conocen sus propios gustos como la lectura, música, magia y que están dispuestos a lograr el reconocimiento en algún área de su interés. Asimismo, describen los aportes que representan los nuevos residentes a la comida y a la cultura local. En este ámbito, promueve el respeto a los otros, la tolerancia y se fomenta la sana convivencia, promoviendo la no discriminación. Si bien es un programa protagonizado por niños, no necesariamente se trata de un programa propiamente infantil, ya que en el relato no cuenta con elementos gráficos que dinamicen o aporten humor a la historia Se reflejan elementos de la vida cotidiana de los niños y niñas de esa zona del país: tanto los que tienen pasatiempos definidos –como el canto y la música–, así como los que prefieren compartir en familia o leer un libro, lo que facilita la identificación de otras audiencias infantiles. La historia aporta un mensaje esperanzador, en el que los protagonistas invitan a los demás niños y niñas a esforzarse por seguir sus propios sueños.	

PROGRAMA: LIBRES CON CIENCIAS	
CAPÍTULO: ENTRE CERROS Y HUMEDALES JUGANDO APRENDO	
Análisis Objetivo	
Imagen	
Público objetivo	7 a 12 años
Duración	07:36 min
Descripción (Tema)	«Libres con ciencia es una serie audiovisual que forma parte de las producciones regionales de la programación infantil del CNTV. En sus capítulos nos muestra a niños y niñas de la Región de Coquimbo, quienes entregan su testimonio y nos muestran las distintas formas de entretenimiento y actividades que realizan a diario, como los juegos y los distintos tipos de entretenimiento que encuentran en su entorno. Además, nos entregan su opinión sobre el derecho a jugar» (Plataforma Novasur). Esta coproducción entre el Par Explora–CONICYT y CNTV fue realizada por Rendermax audiovisual.
Finalidad	Este programa <i>Educativo</i>, da a conocer como niños y niñas de diferentes localidades de la región de Coquimbo descubren su territorio a través de la ciencia, reconociendo elementos del patrimonio natural, en este caso el hábitat cordillerano y del humedal costero, reconociendo las especies vegetales y animales en peligro y las medidas para protegerlos. Promueve el cuidado del medio ambiente y los recursos naturales.
Sinopsis	«En este capítulo conoceremos a niñas y niños de las localidades de El Tayán y de Huentelauquén, quienes se divierten mediante la práctica de la ciencia, aprovechando el entorno privilegiado en el que viven y ejerciendo el derecho de todo niño a jugar. En el caso de El Tayán, el cerro es el verdadero patio de la escuela y junto a su profesor ayudan a preservar arbustos autóctonos. Y en Huentelauquén, niños y niñas aprovechan la cercanía del humedal costero para hacer ciencia y jugar en las dunas» (Plataforma Novasur).
Web	https://infantil.cntv.cl/videos/entre-cerros-y-humedales-jugando-aprendo
Otros materiales web	Guía de Educación en Medios Audiovisuales 7 a 12 años.
Personajes	En este programa los protagonistas son los estudiantes de ambas escuelas: El Tayán y Huentelauquén, que participan de salidas a

	terreno científicas. Si los niños y niñas que hablan en cámara son individualizados con sus nombres: Gabriela, Cristián en la primera parte del capítulo y Brenda, Ignacio y Alejandro en la segunda, no hay protagonistas. La escuela rural El Tayán es multigrado, por lo que son niños de diversos cursos que asisten a la actividad.
Estructura dramática	El programa cuenta las salidas escolares de los estudiantes de dos escuelas para hacer ciencia en terreno: una de la localidad cordillerana de El Tayán, cercana a Ovalle y otra de la zona costera de Huentelauquén. Una vez que la escuela es ubicada en el mapa de la región, un niño reala el recorrido de que realizan al cerro para monitorear la conservación de árboles autóctonos como El Guayacán, que está en peligro de extinción y en la búsqueda de plantas medicinales. En la segunda parte del capítulo, una vez que se ubica en un mapa regional la escuela de Huentelauquén, una niña relata la visita al humedal costero que sirve de hábitat a las aves que migran desde el hemisferio norte, las que son observadas por los escolares. El programa no cuenta con un conflicto central o clímax que haga más dinámico el relato.
Análisis Morfológico	
Este programa de no ficción documental de acción real transcurre en las dos localidades, mostrando en terreno: las escuelas, el cerro, el humedal y cómo los niños realizan salidas ecológicas.	
Análisis Crítico	
El programa representa situaciones cotidianas de dos escuelas rurales del país, dando a conocer sus establecimientos educativos y el entorno natural que las rodea. Así, invita a otros niños y niñas a reconocer los elementos patrimoniales naturales de los lugares en los que viven. Los testimonios dan cuenta de que es posible hacer ciencia jugando, conociendo el territorio donde residen, lo que facilitaría la identificación de otros niños y niñas. Asimismo, los niños y niñas brindan un mensaje de conservación ecológica, siendo ellos sujetos competentes en la preservación de los ecosistemas, a través de acciones como el cuidado de la flora y fauna, la identificación de las diferentes especies y la mantención de la, limpieza de los lugares que visitan. El programa se presenta como parte de las coproducciones regionales que tratan el tema del Derecho de los Niños al Juego, si bien esta temática pasa a un segundo plano por la importancia que adquiere en el relato el cuidado del medio ambiente y patrimonio natural.	

PROGRAMA: VIAJES DE UNA GOTITA DE AGUA	
CAPÍTULO: BIOFILTRO	
Análisis Crítico	
Imagen	
Público objetivo	7 a 12 años
Duración	03:42 min
Descripción (Tema)	«Viajes de una gotita de agua es una serie audiovisual, parte de las producciones regionales de CNTV Infantil, que muestra el testimonio de niños y niñas de la región de O'Higgins, para promover el cuidado del agua y el uso de tecnologías que ayudan a preservar este escaso recurso, para su correcto uso en la agricultura y cuidado de la huerta de sectores rurales. La producción regional 2016 es una serie documental que nos presenta el punto de vista de niños y niñas de distintas regiones del país sobre experiencias vividas en relación a algunos de los derechos consagrados en la Convención de los Derechos del Niño aprobada por la ONU» (Plataforma Novasur).
Finalidad	Microprograma <i>Educativo</i> que promueve el respeto al medio ambiente, en específico el cuidado del agua, a través de la difusión de tecnologías como el cosechador de aguas lluvia, biofiltro, atrapanieblas y forraje hidropónico.
Sinopsis	«En este episodio se presenta la tecnología del biofiltro, que aprovecha y recicla las aguas grises domésticas (desagüe de la lavadora, lavaplatos) para el riego de la huerta de casa» (Plataforma Novasur).
Web	https://infantil.cntv.cl/videos/biofiltro
Otros materiales web	Guía de Educación en Medios Audiovisuales 7 a 12 años.
Personajes	El programa es relatado por un niño, al que no vemos en cámara. Si bien otros niños y niñas participan del capítulo, y al inicio manifiestan sus opiniones respecto de la importancia del agua y de su cuidado, no son ellos los protagonistas del capítulo y no se los identifica por su nombre.
Estructura dramática	Al inicio se presenta el <i>Opening</i> genérico de las coproducciones regionales asociadas a los Derechos de los niños, que consiste en una breve animación que muestra a los niños exigiendo su derecho a opinar. El capítulo se inicia con la opinión de los niños respecto del agua, su importancia y cuidado. A partir de sus

	reflexiones se da a conocer una tecnología para el cuidado del agua, en este caso, el biofiltro. Los niños muestran, apoyados por una gráfica, cómo se realiza el tratamiento casero de las aguas grises de la lavadora y cómo a través de sencillos procesos ella se transforma en agua adecuada para el regadío. Ya que es un contenido de divulgación científica y tecnológica, no responde a una estructura ficcional, ni documental tradicional.
Análisis Morfológico	
El programa es una no ficción de acción real. El relato transcurre en exteriores que muestran los paisajes del seco de la región de O'Higgins.	
Análisis Crítico	
El programa se inicia con un <i>Opening</i> común a las coproducciones regionales sobre los Derechos de los Niños. En este caso, esta cortina animada muestra a un grupo de pequeños y pequeñas que intentan jugar mientras adultos que están haciendo una construcción rompen su espacio de juego y los ignoran. Los niños manifiestan su descontento y los adultos arreglan la situación. Los dibujos animados permiten vincular esta serie con el derecho que se tratará, de una manera simple y lúdica, reflejan la diversidad de niños y niñas de distintas etnias, niños con discapacidad, y asocian este espacio de no ficción con el público infantil. Si bien el programa se vincula con el Derecho de los Niños a Opinar, se trata de una asociación algo forzada, ya que es contenido educativo del área de las ciencias y cuidado del medio ambiente, más que de un espacio que promueva la expresión. Las únicas opiniones de niños y niñas son las expresadas al inicio del programa y están referidas a la importancia de cuidar el agua. La descripción de la tecnología, en este caso el biofiltro, la realizan niños apoyados por una gráfica que describe el proceso, en ese sentido aparecen como sujetos autónomos y competentes para tomar acciones que puedan apoyar la reutilización del agua y así cuidar al medio ambiente. Esto podría inspirar a otros niños a tomar acciones para el cuidado de sus entornos, si bien en esta serie no existen protagonistas con los que las audiencias infantiles puedan sentirse identificadas. Se trata de un contenido escolar, cuyo propósito educativo es más notorio que la vinculación con el derecho expresado.	

PROGRAMA: JUGUEMOS	
CAPÍTULO: A LA VUELTA DE LA RUEDA	
Análisis Objetivo	
Imagen	
Público objetivo	7 a 12 años
Duración	04.30 min.
Descripción (Tema)	«En la serie Juguemos, niños y niñas de la Región del Maule nos dan su testimonio y nos muestran cómo viven y qué opinan del derecho a jugar. Esta serie forma parte de las producciones regionales 2016, que nos presentan el punto de vista de niños y niñas de distintas regiones del país, sobre experiencias vividas en relación a algunos de los derechos consagrados en la Convención de los Derechos del Niño aprobada por la ONU» (Plataforma Novasur). Coproducción regional entre CNTV y Programa Quiero Mi Barrio del Ministerio de Vivienda y Urbanismo. Fue realizado por Cromañón y dirigido por Raúl Mella.
Finalidad	Programa <i>Educativo</i> que promueve el Derecho de los niños al juego y da a conocer su vida cotidiana en un entorno rural.
Sinopsis	«Niños y niñas de la localidad de Chovellén, nos cuentan cómo se organizan para jugar al juego del bate, con sus propias reglas y en una cancha hecha en el patio de la escuela, y nos muestran orgullosos el circuito de bicicleta para practicar <i>downhill</i> que construyeron en los cerros cercanos para poder practicar este deporte tan entretenido» (Plataforma Novasur).
Web	https://infantil.cntv.cl/videos/la-vuelta-de-la-rueda
Otros materiales web	Guía de Educación en Medios Audiovisuales 7 a 12 años.
Personajes	Los protagonistas de estas historias son un grupo de niños y niñas de la localidad rural de Chovellén: Román, Benja, Yanis, Marcelo, Claudio, Felipe, Tomás, Esteban y Leonardo que cuentan las reglas para jugar al bate y al descenso en bicicleta. No hay un único protagonista o relator y varios de los niños contribuyen en la descripción del juego, los materiales necesarios y cuánto tiempo llevan practicando.
Estructura dramática	El capítulo se inicia con un <i>Opening</i> animado acerca del derecho al Juego, en el aparece un niño sentado haciendo los deberes

	mientras sus amigos y amigas están jugando. Una mano adulta le muestra la pelota de fútbol y el niño sale a jugar en medio de la alegría de los demás niños y aparece el letrero que dice Tenemos derecho a jugar. El capítulo cuenta dos historias de niños y niñas y sus juegos cotidianos y tradicionales. En la primera parte vemos como niños de Chovellén practican el juego de El bate en el patio de una escuela y en la segunda cómo practican <i>Down Hill</i>.
Análisis Morfológico	
Programa de no ficción documental de acción real sobre los juegos que practican un grupo de niños y niñas. La historia transcurre en exteriores, tanto en el patio de la escuela, que funciona como cancha para practicar el juego del bate y en el cerro en el que los niños han implementado una pista para el <i>down hill</i>.	
Análisis Crítico	
El <i>Opening</i> sobre el Derecho de los niños a jugar es atractivo, sencillo y hace uso del humor. Esta serie trata como niños de diversas localidades de la región del Maule realizan juegos tradicionales y cotidianos, a partir del relato que ellos mismos realizan: cuáles son las reglas, cómo se juega, cuánto tiempo hace que lo practican, etc. Los niños y niñas se presentan como autónomos y competentes: se mueven solos por su localidad, van en bicicleta de un lado a otro, describen las reglas de los juegos y han sido ellos mismos los que han montado las pistas para la práctica de Down Hill en el cerro con los materiales que han ido recolectando. Esta situación de independencia de los adultos es muy común en las localidades rurales y puede ser un elemento muy atractivo de ver para otros niños de lugares similares o de otros estilos de vida más citadinos. En el primer relato acerca del juego del bate, los niños y niñas muestran que con muy pocos recursos como un par de palos y una pelota de tenis, pueden improvisar una cancha en el patio de la escuela. Los elementos gráficos y la música escogida hacen parecer el juego como una gesta heroica y lo hacen atractivo. Si bien están compitiendo, prima la amistad y la camaradería, promoviendo la sana convivencia, tolerancia y respeto. Los mismos niños se muestran posteriormente en la práctica del descenso en bicicleta y cuentan cómo fueron construyendo la pista, lo que además aporta un testimonio positivo de la superación de una dificultad y de la posibilidad de divertirse con pocos recursos.	

PROGRAMA: ASÍ JUEGO, AUKANTEKÉN	
CAPÍTULO: DÉBORA	
Análisis Objetivo	
Imagen	
Público objetivo	7 a 12 años
Duración	05:24 min.
Descripción (Tema)	«Así juego, Aukanteken es una serie audiovisual que forma parte de las producciones regionales del año 2016, donde niños y niñas de la región del Bío-Bío nos dan su testimonio y nos muestran cómo viven y qué opinan del derecho a la identidad y al juego» (Plataforma Novasur). La coproducción regional entre CNTV y el Par Explora CONICYT de la región del Bío-Bío fue realizada por Imaginaria Audiovisual y la Tostadora y dirigida por Francisco Toro.
Finalidad	Programa <i>Educativo</i> que da a conocer la vida cotidiana de niños que viven en una Escuela Hogar rural en la región del Bío-Bío y cuáles son sus actividades recreativas. El programa pretende difundir los Derechos de los Niños y Niñas como la identidad y el derecho al juego.
Sinopsis	«Débora es una niña Pehuenche de 12 años, vive en el Alto Bío-Bío junto a su familia, pero durante el año estudia y vive en la Escuela Villucura, en la comuna de Santa Bárbara. Allí junto a sus compañeros construye una nueva familia, con quienes se divierte jugando al cachipún, baby fútbol y al palín, aprendiendo cosas nuevas y manteniendo siempre su cultura y lengua, el chedungún» (Plataforma Novasur).
Web	https://infantil.cntv.cl/videos/debora-0
Otros materiales web	Guía de Educación en Medios Audiovisuales 7 a 12 años.
Personajes	Débora tiene 12 años va en 6º año y vive durante la semana en la Escuela Hogar de Villucura, una localidad rural de la región de Bío-Bío. Pertenece a la comunidad Pehuenche y disfruta cantar, jugar al fútbol y al Palín, un juego mapuche parecido al hockey. Ella es una niña tímida, que cuenta cómo transcurre su vida internada en la escuela, de manera sencilla.
Estructura dramática	El capítulo se centra en el testimonio de Débora, a la que se acompaña desde la mañana hasta la noche, mostrando sus

	actividades cotidianas favoritas y también las más comunes, como la hora de levantarse o la comida.
Análisis Morfológico	
Este programa de no ficción documental de acción real transcurre al interior de la Escuela Rural, las habitaciones donde duermen las niñas, el comedor, la sala de música y en los exteriores de la escuela: patios, canchas y jardines.	
Análisis Crítico	
Se vincula la serie a dos Derechos: a la Identidad y al Juego. Ambos se tratan en el capítulo, si bien es el primero el más relevante por las características de la protagonista: una niña de origen pehuenche que vive en una escuela internado de lunes a viernes. La presentación del capítulo (que muestra a los niños realizando una serie de juegos), así como la música dan a entender que veremos cómo los niños juegan, pero más relevante que esto es el retrato que ellos hacen de su vida internos, en la que el juego y las actividades recreativas son parte importante. Uno de los valores del programa es reflejar el estilo de vida desconocido de los niños y niñas que viven en estas localidades rurales apartadas, desde el día a día, sin caer en el estereotipo, mostrando su entorno y su vida. Fomenta el respeto a la cultura Pehuenche de la que Débora se siente orgullosa y que se manifiesta en el juego del palín y cuando habla su lengua familiar. Asimismo, muestra una realidad escolar en la que prima el respeto y la amistad. La protagonista es una niña tímida y sencilla, que se muestra como autónoma y competente: le gusta jugar fútbol, palín y cantar, cosas con las que sus pares pueden sentirse identificados, aunque no vivan en entornos rurales o en un internado. Los elementos gráficos del programa, que parecen dibujos realizados con lápices y la selección de la música hacen de este documental un contenido orientado a los niños y niñas.	

PROGRAMA: NOSOTROS, LOS NIÑOS Y NIÑAS DEL WALLMAPU	
CAPÍTULO: CAPÍTULO 2	
Análisis Objetivo	
Imagen	
Público objetivo	7 a 12 años
Duración	05:40 min
Descripción (Tema)	«La serie <i>Nosotros los niños y niñas del Wallmapu</i> , muestra los testimonios de niños y niñas de la Región de la Araucanía, su diario vivir y su particular punto de vista en relación al derecho a la identidad» Plataforma Novasur. Coproducción entre el CNTV y Consejo Regional de la Cultura y las Artes, realizada por Imaginario producciones.
Finalidad	Programa <i>Educativo</i> que busca mostrar la vida de los niños y niñas que pertenecen a diferentes comunidades mapuche, así como relatar sus juegos, deportes y tradiciones ancestrales.
Sinopsis	«Ziziñ, Joaquín y Martín son tres niños de los territorios wenteche, nagche y lafquenche de la región de La Araucanía, quienes nos muestran cuán importante es su derecho a la identidad y cómo buscan preservar su cultura mapuche» (Plataforma Novasur)
Web	https://infantil.cntv.cl/videos/nosotros-los-ninos-y-ninas-del-wallmapu-capitulo-2
Otros materiales web	Guía de Educación en Medios Audiovisuales 7 a 12 años.
Personajes	El capítulo es protagonizado por tres niños que pertenecen a comunidades mapuche del área rural: Ziziñ , una niña de 12 años que vive en la localidad de Licanco que quisiera ser <i>epewtufe</i> , relatora de historias tradicionales como su <i>tañi chuchu</i> (abuela materna). También Joaquín que vive en la localidad de Tranaman, tiene discapacidad visual y disfruta de aprender <i>braille</i> y cantar en lengua mapudungún. Finalmente se muestra a Martín , de la localidad costera Teodoro Schmidt que disfruta de jugar palin, aprender mapudungún, pescar y tocar instrumentos tradicionales como la <i>trutruca</i> y la <i>pifilca</i> . Los tres niños se muestran orgullosos de su herencia cultural, disfrutan de jugar, realizar actividades tradicionales y mostrar los preciosos entornos naturales del sur de Chile.
Estructura dramática	La historia comienza con el testimonio de cada uno de los niños que se presentan y nos cuentan qué significan sus nombres y el

	de las localidades en las que viven. Ziziñ, que saluda en mapudungún y cuenta que su nombre significa Flor mágica. Relata que vive en la localidad de Licanco y que su abuela tiene un rol en la comunidad que es ser narradora de relatos tradicionales. Ella también disfruta contando estas historias a sus amigas. El segundo testimonio es de Joaquín que también saluda en su lengua y a quien vemos cosechando ajíes y preparando merkén con su mamá, luego en la Escuela aprendiendo <i>braille</i> y cantando en lengua mapudungún. Finalmente, se presenta Martín de la localidad de Puyehue disfruta cosechando frutillas, jugando palin y pescando con su familia.
Análisis Morfológico	
Programa de no ficción de acción real que transcurre tanto en la casa de los protagonistas, como en sus escuelas y entornos naturales.	
Análisis Crítico	
El programa describe testimonialmente tres historias de vida de niños y niñas de entre 7 y 12 años que pertenecen a comunidades rurales mapuche del Wallmapu. Los niños y niñas comparten actividades cotidianas, su lengua, tradiciones y juegos propios de su cultura, con orgullo y propiedad, como sujetos competentes y conocedores de ellas. El programa busca difundir el Derecho de los niños y niñas a la identidad. La realidad cotidiana es abordada por ellos mismos, sin que sean estereotipados de acuerdo con el género, la edad, la discapacidad o su etnia, que ha sido típicamente estereotipada en los medios de comunicación. Uno de los objetivos educativos es promover la no discriminación y la tolerancia, a partir del conocimiento de modos de vida que habitualmente no son vistos. La conexión del pueblo mapuche con la naturaleza también queda presente en la descripción de sus nombres propios, así como de los lugares en los que viven: por ejemplo, Licanco, significa aguas con piedras mágicas, fomentando la exploración del entorno desde la perspectiva de la cosmovisión mapuche e incentivando su protección y conservación. El programa promueve la identificación de las audiencias infantiles con las historias relatadas con el apoyo de una gráfica lúdica que parece dibujar sobre el paisaje.	

PROGRAMA: SOY ÚNICO	
CAPÍTULO: EN MI CIUDAD	
Análisis Objetivo	
Imagen	
Público objetivo	7 a 12 años
Duración	06:31 min
Descripción (Tema)	«Serie audiovisual de tipo reportaje que forma parte de las producciones regional CNTV, que muestra a niños y niñas del canal de TV escolar de Las Ánimas, en la región de Los Ríos, que realizan un trabajo de reportaje para encontrar los rasgos de su identidad y características como habitantes de un espacio geográfico común» Plataforma Novasur. Coproducción entre el CNTV y, Consejo Regional de la Cultura y las Artes, realizada por Ditecsur /Mundo libre y dirigida por Rolando Carileo.
Finalidad	Programa <i>Educativo</i> que explora el entorno desde una perspectiva turística y cultural y da a conocer el derecho de los niños a la identidad.
Sinopsis	«En este primer episodio, los niños y niñas del canal de TV escolar de Las Ánimas, en la región de Los Ríos, conocen y entrevistan a un grupo de niños y niñas de la ciudad de Valdivia, en busca de aquellas características propias de su forma de ser» (Plataforma Novasur)
Web	https://infantil.cntv.cl/videos/soy-unico-en-mi-ciudad
Otros materiales web	Guía de Educación en Medios Audiovisuales 7 a 12 años.
Personajes	Los niños del barrio valdiviano de Las Ánimas, que participan de un proyecto de televisión escolar son los personajes de este programa. Ellos son Rossell, Alexis, Kevin, Aracelly, Iván y Pía .
Estructura dramática	El programa comienza con el <i>Opening</i> animado sobre el Derecho de los niños a la identidad. Al inicio se presenta a los niños y niñas en el taller escolar de televisión. Primero comentan por qué el barrio tiene el nombre de Las Ánimas Después dan a conocer su barrio a través de entrevistas a los propios integrantes del taller, a los que preguntan desde cuándo viven en el sector, qué les gusta hacer, qué les gusta del sector dónde viven y qué les mostrarían de Valdivia a otros niños. El programa termina con los niños jugando a la pelota.
Análisis Morfológico	

Programa de no ficción de acción real que transcurre en el sector de Las Ánimas, en la parte norte de la ciudad de Valdivia, la escuela, plazas y en las casas de un grupo de niños y niñas que participan del canal de televisión escolar y realizan un reportaje para dar a conocer el barrio en el que viven.

Análisis Crítico

El *Opening* animado nos hace pensar que se trata de un programa infantil, que difundirá el derecho a la identidad. Sin embargo, el programa trata más bien el tema del barrio y cómo los niños y niñas lo reconocen y lo viven. Tampoco llegamos a conocer más profundamente a los niños y niñas que participan del programa, sus motivaciones, sueños, etc., si bien nos muestran sus nombres, sus casas y su escuela. Un aspecto destacable es que en el marco de televisión escolar los niños actúan como sujetos competentes, haciendo ellos mismos el audiovisual, buscando los orígenes del nombre del barrio, entrevistando a sus pares, recorriendo la localidad. Promueve la autonomía de los niños y niñas y la sana convivencia en un espacio territorial. En este sentido puede generar la identificación de sus pares, si bien es un programa acerca de niños, más que un programa para ellos.

PROGRAMA: A QUÉ JUEGAS

CAPÍTULO: VILLA DOROTEA

Análisis Objetivo

Imagen	
Público objetivo	7 a 12 años
Duración	06:50 min.
Descripción (Tema)	«¿A qué juegas? es una producción regional de la Región de Magallanes que tiene por objetivo mostrar las experiencias y reflexiones de un grupo de niños y niñas en relación con los Derechos de los niños, en particular del derecho a jugar» (Plataforma Novasur). Coproducción entre el CNTV y el Consejo Nacional de la Cultura y de las Artes, realizada por Play Producciones y dirigida por Jorge Grez.
Finalidad	Programa <i>Educativo</i> que busca promover el derecho de niños y niñas a jugar.
Sinopsis	«En este capítulo, un grupo de niños y niñas de Villa Cerro Dorotea comparte sobre los distintos juegos que les gusta jugar y conocen juegos tradicionales antiguos para conocer nuevas formas de compartir y jugar. También nos comparten sus opiniones sobre la

	importancia y valor que tiene en juego en sus vidas» (Plataforma Novasur)
Web	https://infantil.cntv.cl/videos/villa-cerro-dorotea
Otros materiales web	Guía Educación en Medios audiovisuales 7 a12 años
Personajes	Los protagonistas de la serie son los estudiantes de la Escuela Rural Villa Dorotea, si bien no conocemos sus nombres. Se presentan tanto niños como niñas y de diferentes edades, como si se tratara de un curso escolar.
Estructura dramática	El programa comienza con la presentación general de niños y niñas de una escuela rural del extremo sur de Chile que nos dicen que tienen derecho a jugar. A continuación, nos muestran sus juegos cotidianos, algunos propia de la zona gaucha en la que viven, como <i>jinetear</i> , que es aprender a montar. Después vemos a los niños en sus casas y entornos cotidianos, vemos que <i>jinetean</i> una oveja, practican fútbol y nos muestran sus juguetes. En un momento posterior nos presentan algunos juguetes antiguos que conocieron en la escuela y que les resultan atractivos, como el <i>suncho</i> (aro con un palito o el <i>run run</i>). Finalmente, niños y niñas reflexionan sobre la importancia que tiene para ellos este derecho y cómo sería si no pudieran jugar.
Análisis Morfológico	
Programa de no ficción de acción real, tipo documental. La acción transcurre tanto en la escuela rural como en la casa de los niños y en los exteriores de Villa Dorotea, localidad cercana a Puerto Natales en la austral región de Magallanes y la Antártica chilena.	
Análisis Crítico	
Niños y niñas de Villa Dorotea, en el extremo sur de Chile, presentan sus juegos favoritos y comentan lo importante que es para ellos el Derecho a Jugar. Si bien no conocemos sus nombres, ellos son los protagonistas de estos relatos: nos muestran sus juguetes y juegos en el ámbito escolar y doméstico. El relato es auténtico y los niños y niñas expresan con sinceridad sus opiniones, por ejemplo, acerca de los juguetes diferenciados según su género, aunque su punto de vista no sea políticamente correcto. También con mucha propiedad hablan de la importancia del Derecho al Juego y de lo que sería si no pudieran jugar. En este sentido el programa cumple con su rol de fomentar el conocimiento de este Derecho en el público infantil, al que puede resultar interesante conocer el testimonio de niños y niñas de un lugar tan distante, si bien no hay una profundización del tema, ni llegamos a conocer a ninguno de los protagonistas de manera más intensa.	

4.4. ANÁLISIS DE ENTREVISTAS

Se realizaron entrevistas a 15 profesionales, ocho mujeres y 7 hombres de diferentes países del cono sur latinoamericano: seis son de Brasil: Beth Carmona, Claudemir Viana, Daniel Leite, Eugênio Bucci, Francisca Pini e Ida Iervese. Otros cinco son argentinos: Cynthia Ottaviano, Germán Calvi, Mariana Loterszpiel, Valeria Dotro y Martín Becerra. Dos son chilenos, Germán Covarrubias y Viviana Sepúlveda. Sandra Téllez es colombiana y Renzo Amado de Perú. Estos profesionales están vinculados con uno o más de los siguientes ámbitos: la realización audiovisual, la organización de festivales audiovisuales, la televisión pública, privada, infantil y educativa, la gestión en el ámbito gubernamental y estatal para la promoción de contenidos, o bien son representantes de instituciones académicas y sociales en el ámbito de la Educomunicación.

Tabla 71. Trayectoria de los entrevistados

	TV Pública/ /Infantil/Privada	Academia, universidades	Organizaciones y fundaciones	Realización Audiovisual	Sector público	Festivales audiovisuales	Medios de comunicación
Beth Carmona							
Claudemir Viana							
Cynthia Ottaviano							
Daniel Leite							
Eugenio Bucci							
Francisca Pini							
Germán Calvi							
Germán Covarrubias							
Ida Iervese							
Mariana Loterszpiel							
Martín Becerra							
Renzo Amado							
Sandra Téllez							
Valeria Dotro							
Viviana Sepúlveda							

Fuente: Elaboración propia

Las entrevistas fueron analizadas cualitativamente utilizando el software *NVivo* 12 Pro. Aplicando las variables y códigos definidos en la guía de la entrevista, que consistía en un listado de temas y subtemas, se realizó una primera codificación. Posteriormente se realizó una segunda codificación, agrupando los principales temas de acuerdo con ejes principales: *Derechos* se refiere a la dimensión de los Derechos de la infancia, a la comunicación y al ejercicio del derecho a la participación. *Convergencia* se refiere a los desarrollos tecnológicos que posibilitan la integración de medios, así como la convergencia de sentidos. *Gobierno* se relaciona con el ámbito estatal, como actor y como impulsor de políticas públicas. *Audiencias* –en plural– se vincula con la ciudadanía en su dimensión de generadores de contenidos y no sólo como actores pasivos. *Industria* agrupa aquellas actividades productivas respecto de los contenidos y tecnologías. Finalmente, *Calidad* resume las valoraciones y estándares respecto de los cuales la industria debería funcionar.

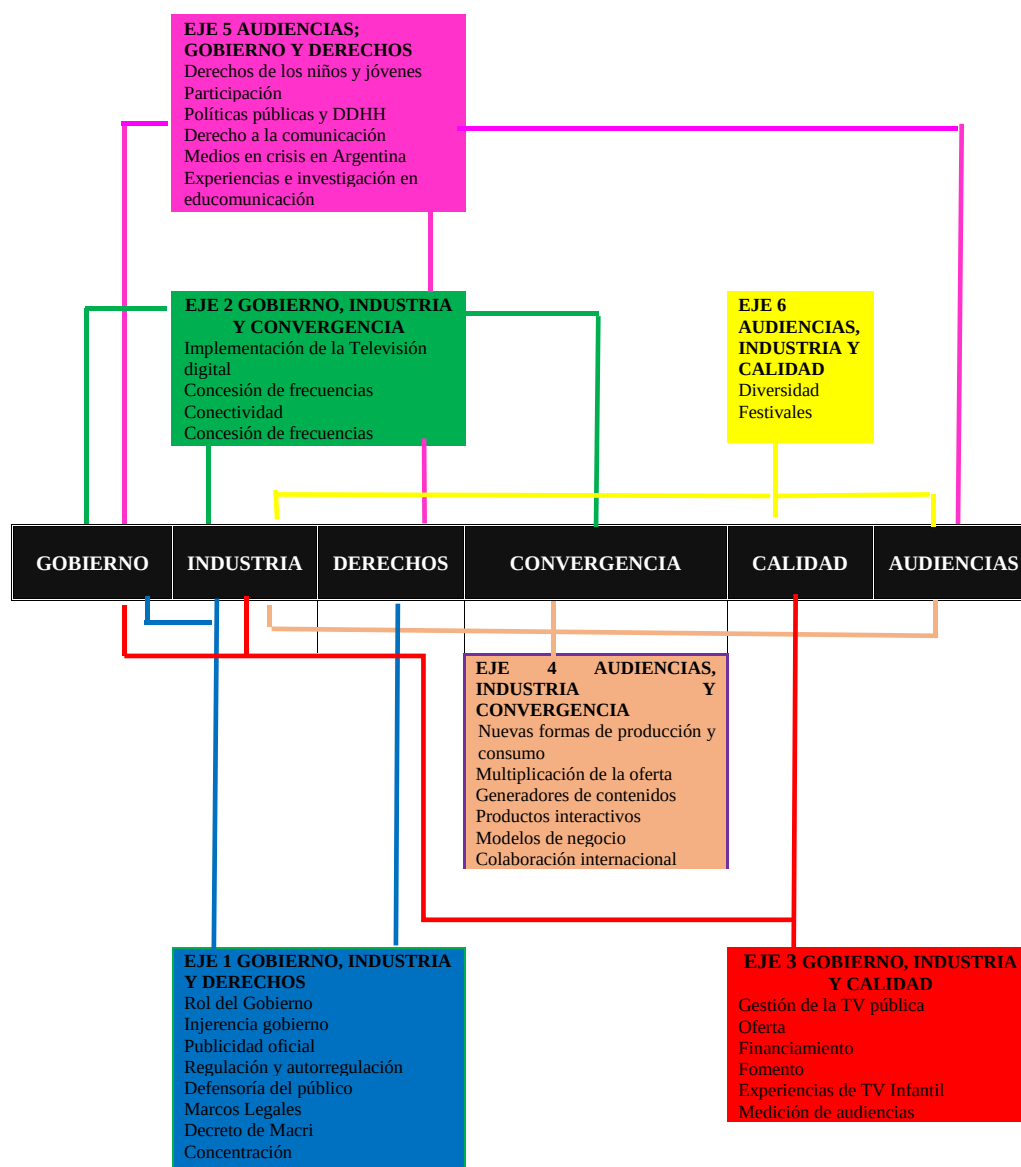
Los temas de la cuestión de la entrevista se agruparon en torno a dichos ejes, para aportar una visión más ecológica. Sin duda se trata de relaciones complejas, multivariadas, pero para efectos de presentar los resultados de una forma coherente y

simplificada, sin perder el carácter sistémico, se desarrolló un modelo que vincula cada eje con los demás de manera dialógica, según muestran las Figuras 49 y 50.

- Eje Gobierno Industria y Derechos Se agruparon en este eje temas como el Rol del gobierno y su injerencia en TV pública e infantil. Asimismo, incluye la discusión respecto de la publicidad oficial, su sentido, distribución y uso. Además, se aborda la Concentración, la concesión de frecuencias, los marcos legales como la LSCAA y el decreto impulsado por Macri. Otros temas son la Defensoría del Público, la regulación y autorregulación. Además, se presenta la discusión respecto de diferentes dimensiones de la TV pública (oferta, experiencias, misión, modelo y crisis)
- Eje Gobierno, Industria y Convergencia. Fundamentalmente se centra la discusión respecto de la TV digital, su implementación, las políticas públicas que posibilitan o dificultan su desarrollo y la asociación con las tecnologías convergentes.
- Eje Gobierno, Industria y Calidad. Está referido al financiamiento y fomento, incorporando puntos de vista respecto de políticas públicas vinculadas al cine y a los nodos de producción audiovisual en Argentina.
- Eje Audiencias, Industria y Convergencia. Se incluyen temas como las nuevas formas de producción y consumo que las audiencias tienen respecto de los nuevos medios y también se trata el tema de los productos interactivos. También se consideran los desarrollos y evoluciones propias de la industria en el nuevo escenario tecnológico: modelos de negocios que desarrolla la televisión infantil y pública ante los restos que impone la digitalización y los OTT y la multipantalla.
- Eje Audiencias, Gobierno y Derechos en este eje se reúnen los temas vinculados con los Derechos Humanos: Derecho a la comunicación, de los niños y a la participación. También la comunicación alternativa como una forma de ejercicio de la libertad de expresión y comunicación de las audiencias. Respecto de la Educomunicación se incluyeron experiencias de alfabetización e investigaciones. El último ámbito es la Televisión infantil, tanto pública como algunos ejemplos privados.
- Eje Audiencias, Industria y Calidad. Se asocia a estándares de calidad, como el tema de la diversidad e identidad. Asimismo, da cuenta de las experiencias de los Festivales y premios audiovisuales y de la medición de audiencias, como ejercicio de la industria respecto de las audiencias en función de su calidad.

Figura 48. Ejes y temas de las entrevistas

Figura 49. Matriz de análisis de entrevistas según ejes temáticos



4.4.1. Análisis general entrevistas, según entrevistados

La conversación con los diferentes actores se realizó sobre las cuestiones de la entrevista. Cada una tuvo una diferente duración y se abordaron los temas de acuerdo con la especialidad de ellos. Considerando que los perfiles de los entrevistados son diferentes y que con cada uno se enfatizaron diversos ítems, se consideraron para el análisis 615 referencias. En la Figura 51 se presentan los ejes según el mayor o menor número de referencias y en la Figura 52 los temas según ejes y su número de referencias. Para efectos de representar más sencillamente se asignó un color para cada uno de los ejes. El ámbito con mayor presencia es el de *Gobierno, Industria y*

Derechos que recoge toda la temática de la gestión televisión pública, su oferta, financiamiento y las experiencias de TV infantil y alcanzando 244 referencias.

El segundo eje con mayor cantidad de menciones es el de *Gobierno, Industria y Derechos*, que se refiere a la relación entre los ámbitos estatal e industrial en aspectos como la injerencia del gobierno, las políticas de regulación, publicidad oficial y los marcos legales, temas que alcanzan 110 referencias.

En tercer lugar, con 98 citas, se encuentra el eje *Audiencias, Gobierno y Derechos* que aborda los Derechos de Niños, niñas y jóvenes, la participación, la políticas públicas y Derechos Humanos, el Derecho a la Comunicación y las experiencias e investigación en Educomunicación. El cuarto lugar está el eje *Audiencias, Industria y Convergencia* (84 referencias) asociado a los nuevos desafíos que impone a la industria el desarrollo tecnológico: las nuevas formas de producción y consumo, la multiplicación de la oferta, el nuevo rol de los niños y las niñas como generadores de contenidos, los productos interactivos. Asimismo, se abordan los nuevos modelos de negocio que la relación entre estos componentes brinda.

El eje *Audiencias, Industria y Calidad*, con 43 menciones está referido a la diversidad e identidad y a los festivales y premios como instancias de discusión de la calidad. Finalmente, el apartado *Gobierno, Industria y Convergencia*, que alcanza 36 referencias, trata fundamentalmente la implementación de la televisión digital, la concesión de frecuencias y la conectividad.

Figura 50. Número de referencias de las entrevistas, según ejes temáticos

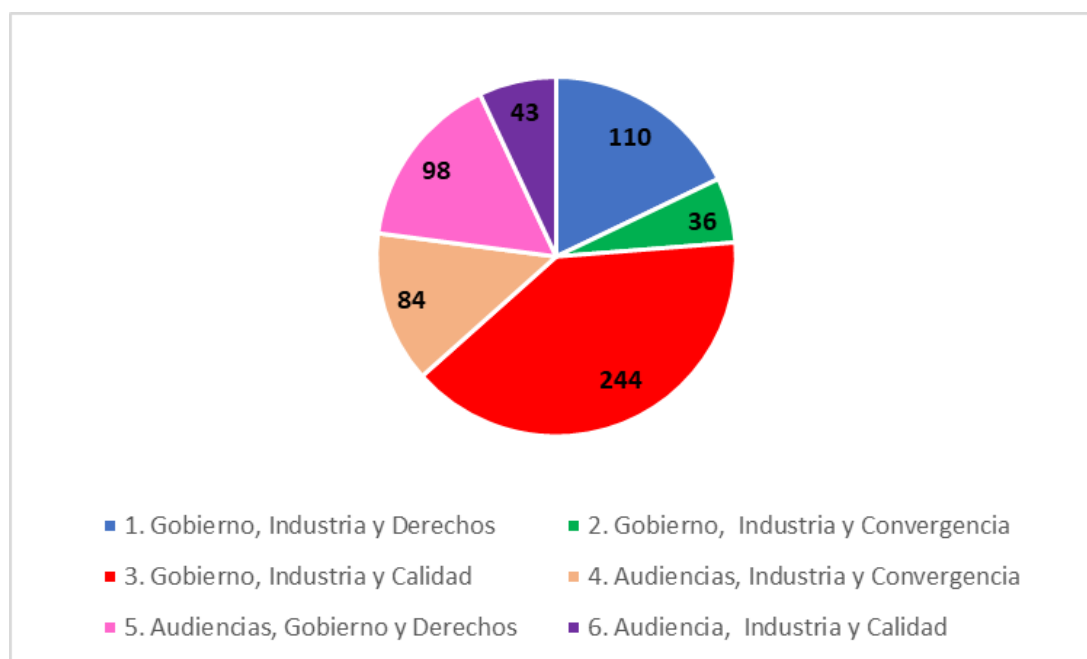
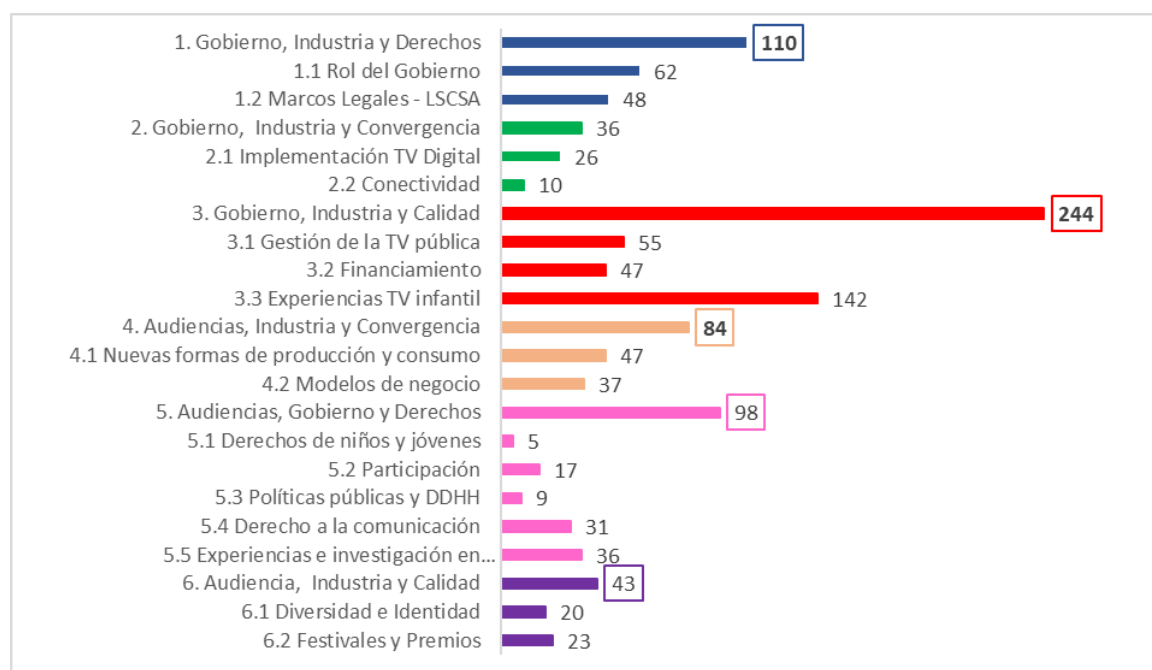
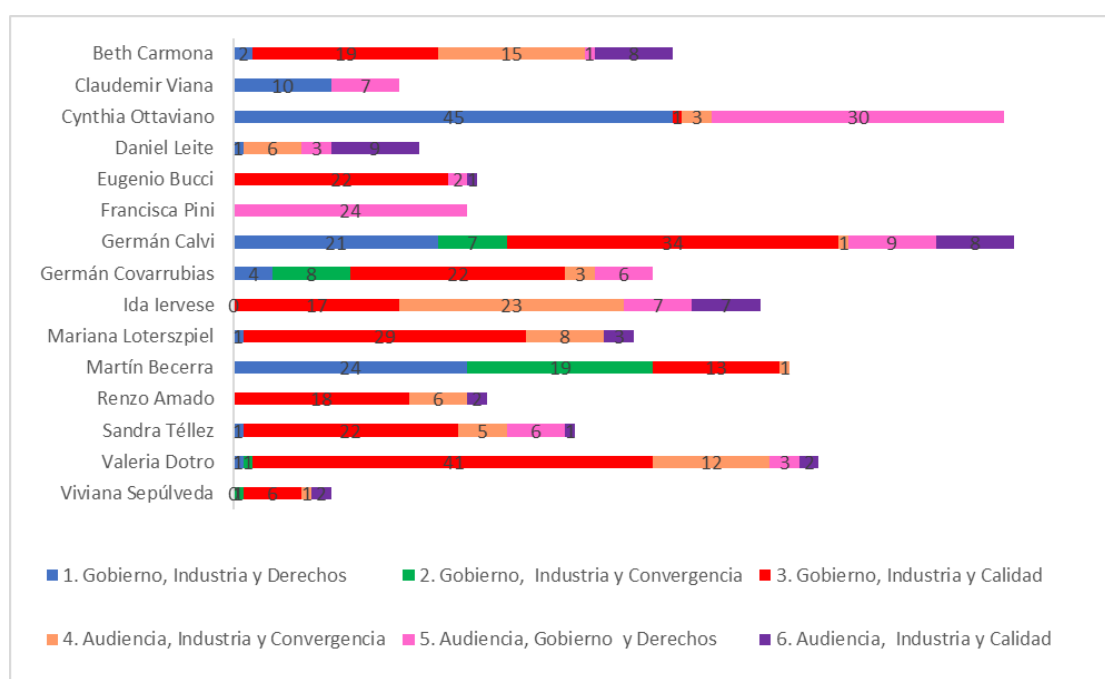


Figura 51. Números de referencias de las entrevistas, según eje y temas

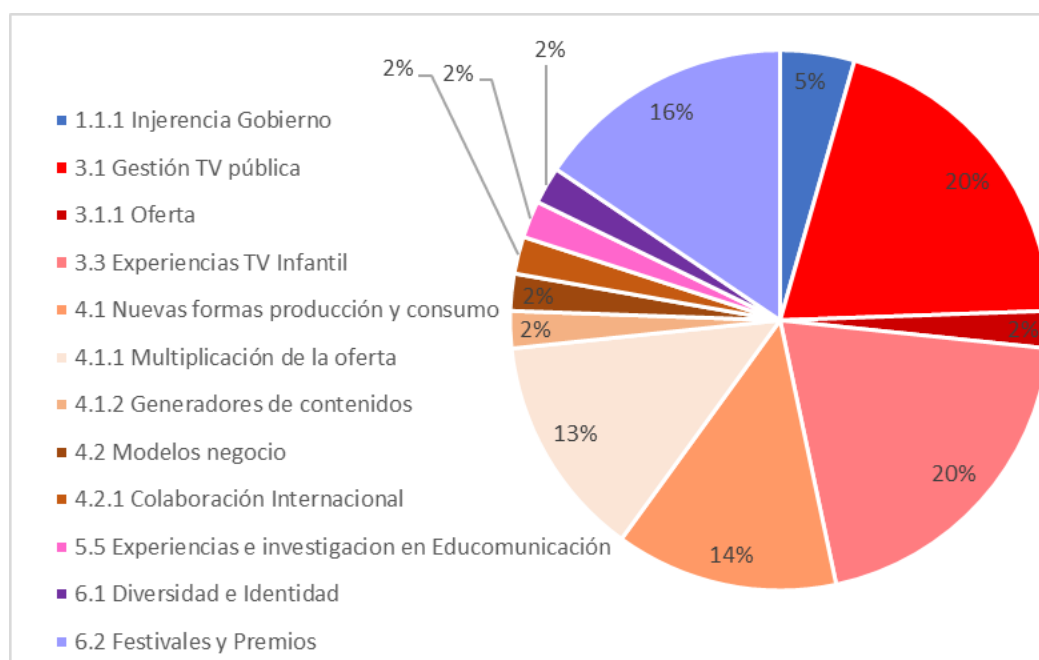
Respecto de los entrevistados, cada uno aportó su mirada en uno o más temas, desde su propia experiencia. Cabe considerar que cada conversación tuvo distinta duración, por lo que el número de referencias citadas es sólo una aproximación y se presenta con el propósito de situar cada conversación en los ejes descritos, para efectos de simplificar la presentación de estos resultados. En la Figura 41 es posible observar cuáles son ejes que abordados por cada entrevistado.

Figura 52. Número de referencias por entrevistado, según eje

Al profundizar en los temas tratados con cada uno de los entrevistados hay una correlación entre las trayectorias vitales de los entrevistados y el tratamiento del temario. A continuación, se detallan los temas conversados cada uno de los profesionales.

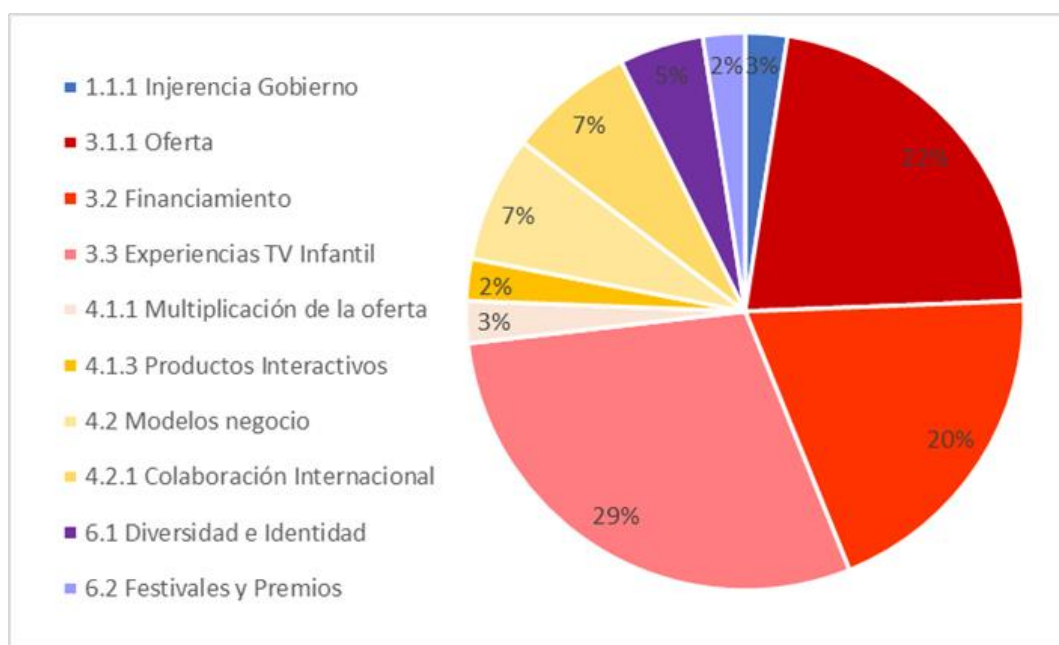
Beth Carmona, realizadora, productora de destacada trayectoria y directora de los Festivales *ComKids* y del *Prix Jeunesse* Iberoamericano se refirió a temas de 5 ejes. De un total de 45 citas, mayoritariamente se refirió a la gestión oferta de la televisión pública, su misión, rol y crisis (22% de sus intervenciones). Además, la entrevistada abordó su vasta experiencia en el ámbito de la televisión infantil (20% de las menciones) a partir de su desempeño profesional en *TV Cultura* y *TVE* de Río de Janeiro). Se conversó además sobre las nuevas formas de producción y consumo de las audiencias, en especial de las infantiles a partir de su acceso a las tecnologías y la multiplicación de la oferta (14%). Otro ámbito destacado fue el de los Festivales audiovisuales (16%) de las menciones), ámbito en el que ella ha sido una de las impulsoras en Brasil y en Sudamérica.

Figura 53. Temas entrevista a Beth Carmona, en porcentaje

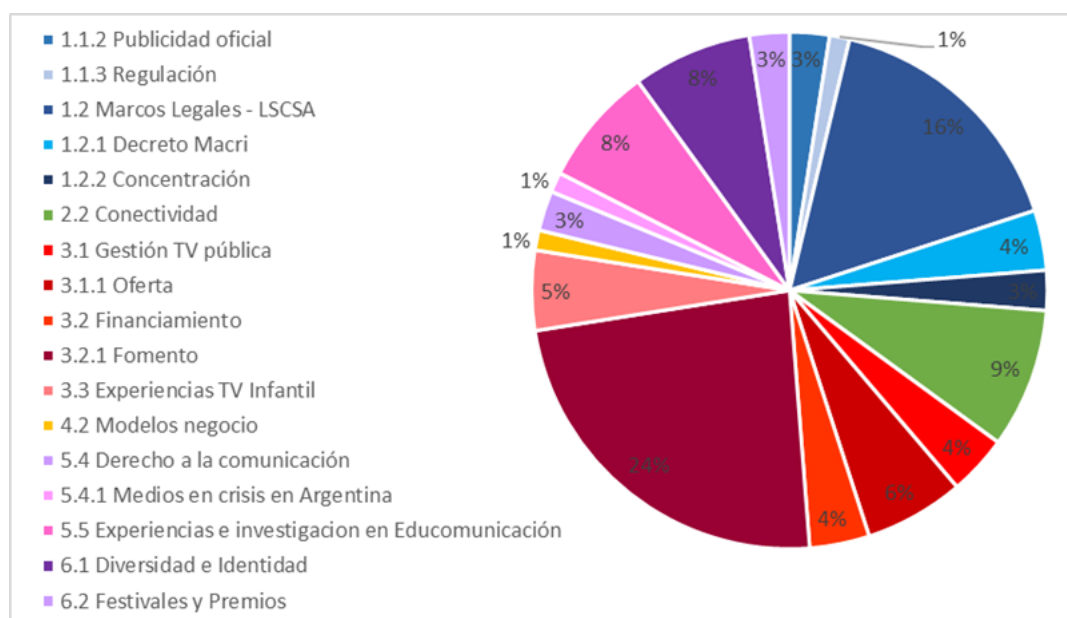


Fuente: Elaboración propia

Con la productora Mariana Loterszpiel, actual directora de *TEC-TV* en Argentina, se conversó acerca de 5 ejes. Del total de 41 referencias, la televisión infantil fue el ítem más destacado con 29% de las menciones. También se habló de la oferta pública en televisión (22% de las referencias) y del financiamiento de la TV pública (20% de las menciones).

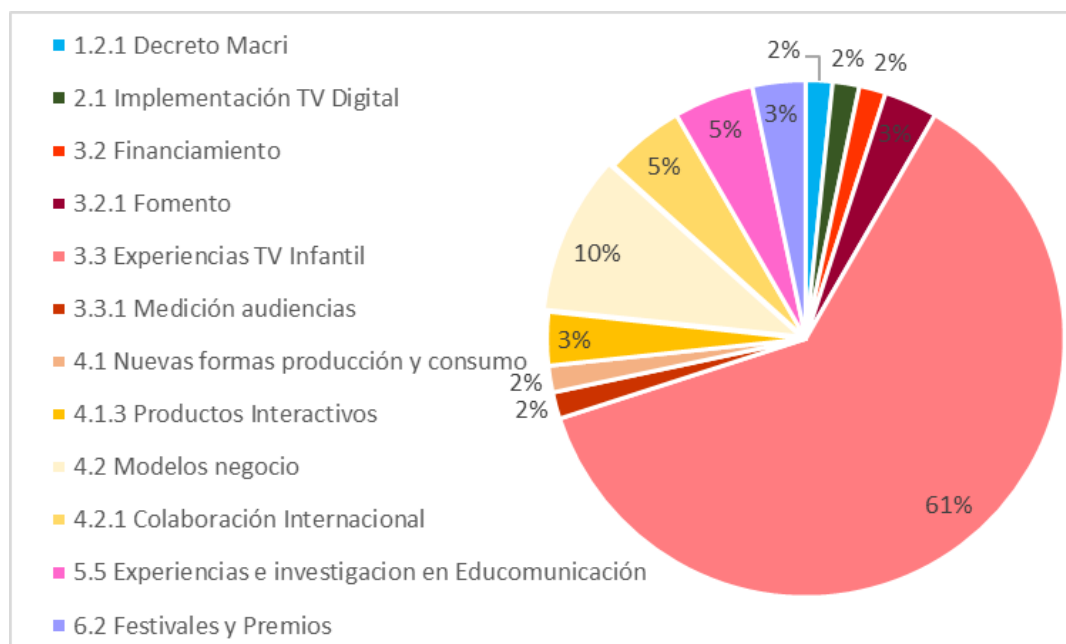
Figura 54. Temas entrevista a Mariana Loterszpiel, en porcentaje

Germán Calvi, ex gerente de Fomento del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales de Argentina, INCAA conversó sobre 17 temas, categorizados en los 6 ejes. Fue la conversación de la que se extrajo la mayor cantidad de referencias (80 en total). El tema más tratado fueron los mecanismos de apoyo al sector impulsados por las administraciones kirchneristas (incluyendo el ámbito del cine y los nodos de producción audiovisual), alcanzando el 24% de las referencias. También se habló acerca de los marcos legales, en especial de la Ley de Servicios de Comunicación Social de Argentina, tanto en el proceso de desarrollo de la legislación como de la implementación y de los decretos formulados (16% de las menciones). El ingeniero se refirió a la conectividad (9%) y a la diversidad e identidad (8%).

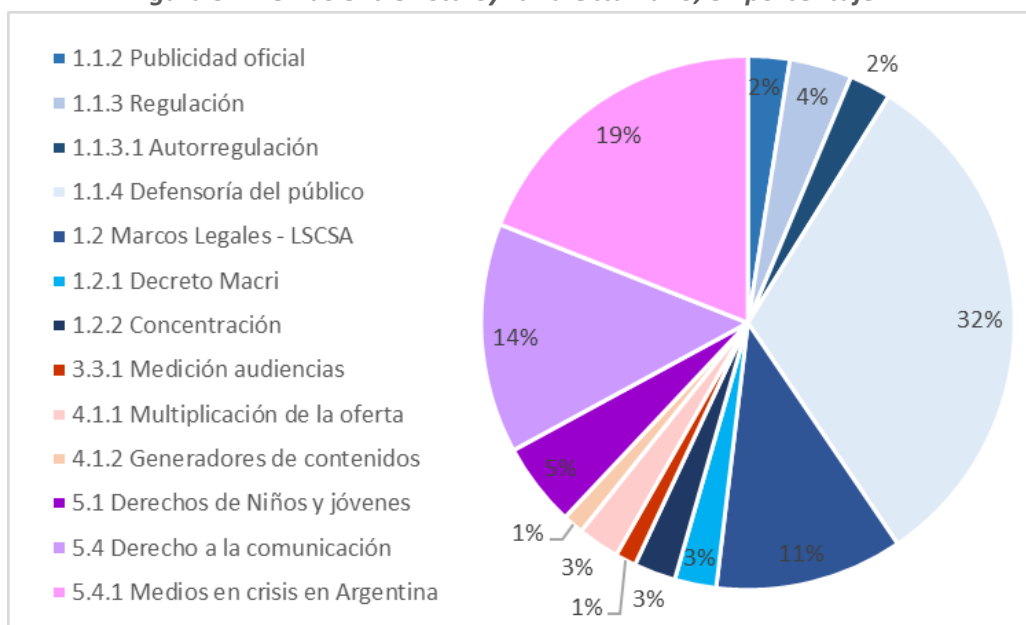
Figura 55. Temas entrevista Germán Calvi, en porcentaje

Valeria Dotro, investigadora y ex directora de *Pakapaka* trató 12 ámbitos agrupados en los 6 ejes. Al detallar los temas, la entrevista trató fundamentalmente de la televisión infantil, dada su experiencia en el canal infantil argentino (61% del total de 60 referencias). En segundo lugar, se abordó en la entrevista los modelos de negocios que posibilita la multipantalla y la convergencia.

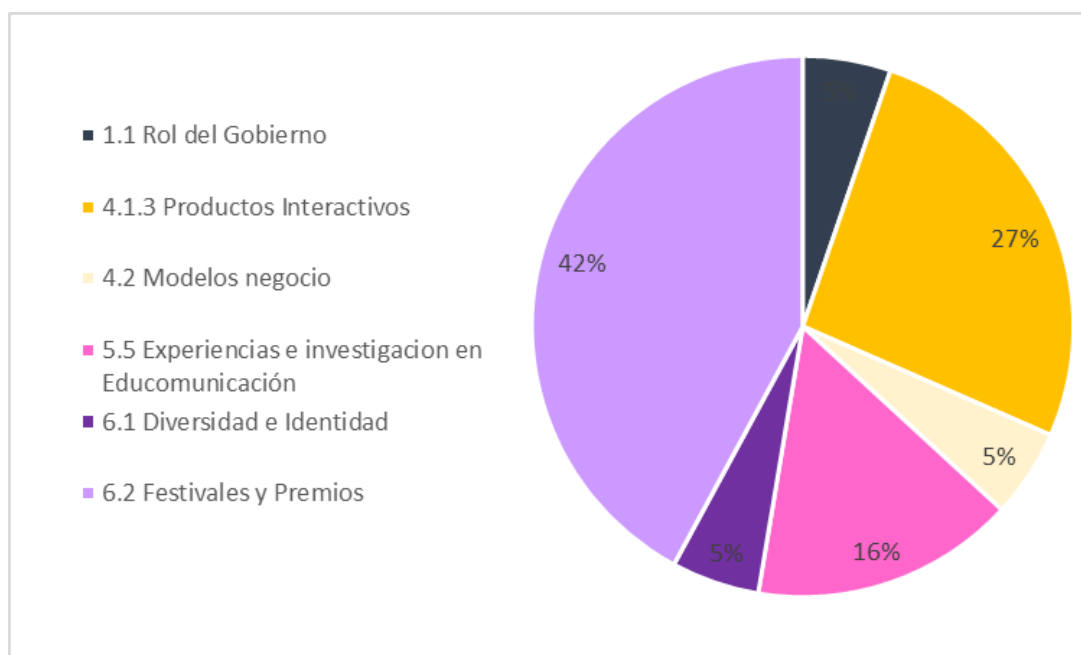
Figura 56. Temas entrevista Valeria Dotro, en porcentaje



La entrevista realizada a Cynthia Ottaviano, periodista y ex Defensora del Público de Argentina recorrió 13 temas de 4 ejes con un total de 79 referencias. La entrevista recogió fundamentalmente su experiencia en los ámbitos tratados en el primer eje de *Gobierno, Industria y Derechos* (57% de las citas se concentran allí). El tema principal es la Defensoría del público, del cual la entrevistada fue la primera titular del cargo en Argentina. Otros temas abordados fueron el Derecho a la comunicación y la crisis de los medios en Argentina.

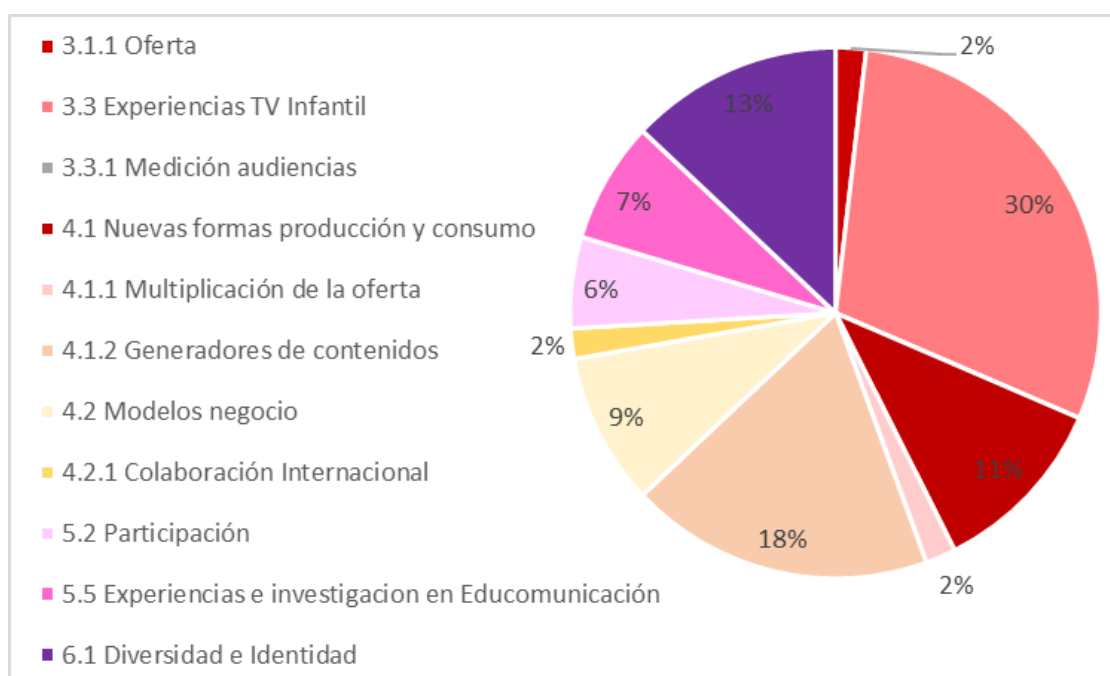
Figura 57. Temas entrevista Cynthia Ottaviano, en porcentaje

Daniel Leite productor de *ComKids* habló principalmente de su labor en ese ámbito (42% del total de 19 citas se refieren al tema de los Festivales y premios). A propósito de la edición 2018 de *ComKids* interactivo se trataron temas como productos interactivos (27%), a las experiencias de educomunicación (16%).

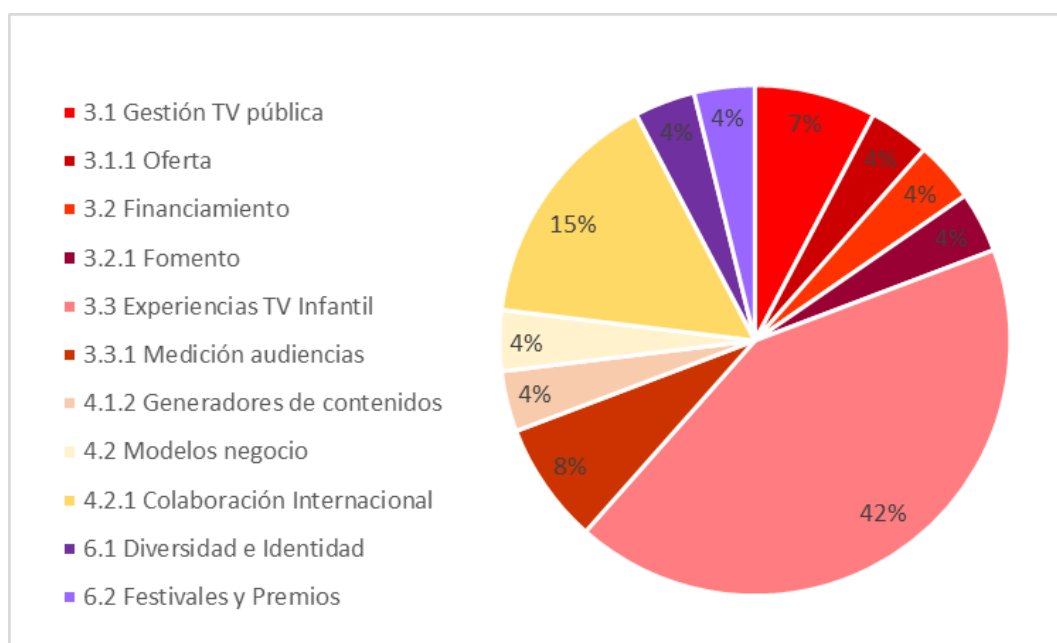
Figura 58. Temas entrevista Daniel Leite, en porcentaje de referencias

Ida Iervese es la coordinadora general *TV Rá Tim Bum* de *TV Cultura* de Sao Paulo, una emisora con gran tradición en la producción de contenidos de calidad para niños y niñas, que ha sido reconocida en todo el mundo. De su entrevista se extrajeron 54 referencias acerca de 11 temas de 4 ejes. Dado su destacada trayectoria en la televisión infantil el 30% de las menciones se refieren a este tópico. Además, se abordó el Derecho a la participación de niños y niñas (18% de las referencias) y la diversidad e identidad (13% de las citas).

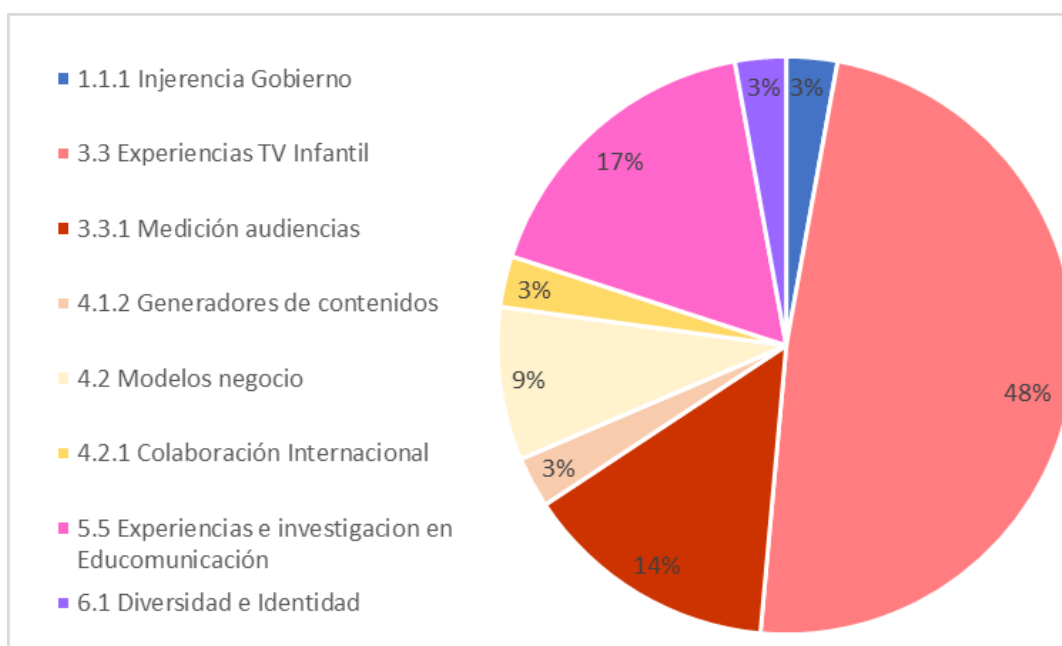
Figura 59. Temas entrevista Ida Iervese, en porcentaje



Renzo Amado es ex coordinador de la Franja Niños Canal *IPé* la oferta de televisión pública infantil peruana es la más nueva del Cono Sur americano. En la entrevista se abordaron 11 temas agrupados en 3 ejes. Del total de 26 referencias principalmente se habló de tv infantil (42% de las menciones) y de la colaboración internacional como modelo de negocios (15% de las referencias).

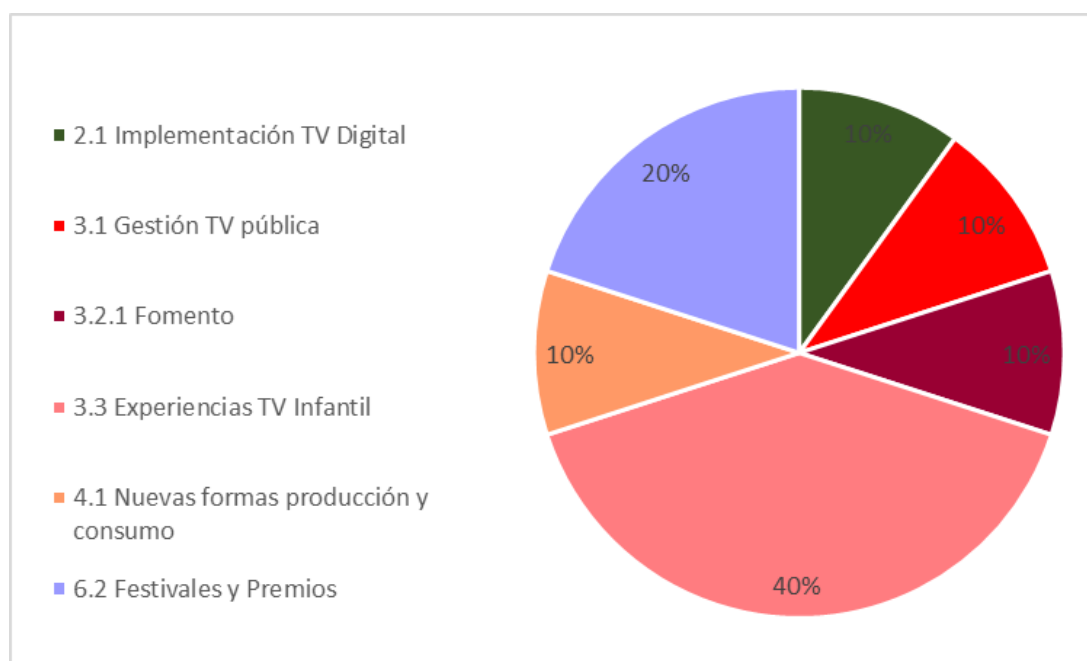
Figura 60. Temas entrevista Renzo Amado, en porcentaje

Sandra Téllez es la productora delegada de *Mi Señal*, la programación infantil de *Señal Colombia*. En la entrevista abordó 8 temas agrupados en 5 ejes. Del total de 35 referencias, el 48% correspondió a las experiencias de TV infantil. Otros temas tratados fueron la medición de audiencias (14%) y la investigación en educomunicación (17% de las menciones).

Figura 61. Temas entrevista Sandra Téllez, en porcentaje

Con Viviana Sepúlveda, una de las fundadoras y ex directora del Festival Internacional de Cine para Niñas, Niños y Adolescentes Ojo de Pescado de Chile, se trataron 6 temas: fundamentalmente la experiencias de televisión infantil (40% de las 10 referencias), los festivales y premios (20% de las menciones) y con igual cantidad de citas los temas de implementación de la TV digital, la gestión de la televisión pública, el fomento para la producción audiovisual, las nuevas formas de producción y consumo audiovisual de las infancias.

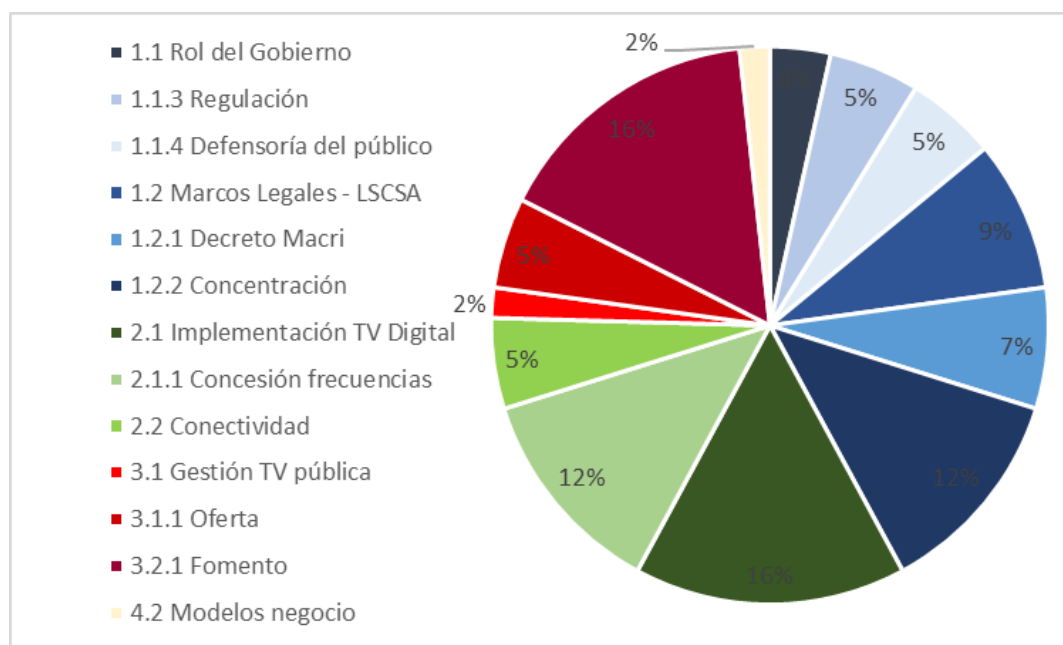
Figura 62. Temas entrevista Viviana Sepúlveda, en porcentaje



Eugênio Bucci, periodista, académico y ex director de Radiobrás de Brasil, en su entrevista conversó principalmente acerca de la gestión de la televisión pública, su misión, modelos y crisis, tanto en Brasil como en América Latina (76% de las 25 referencias). Asimismo, se refirió al financiamiento de la industria audiovisual y al Derecho a la Comunicación como valor primordial que debe servir de estándar a las emisoras de servicio público.

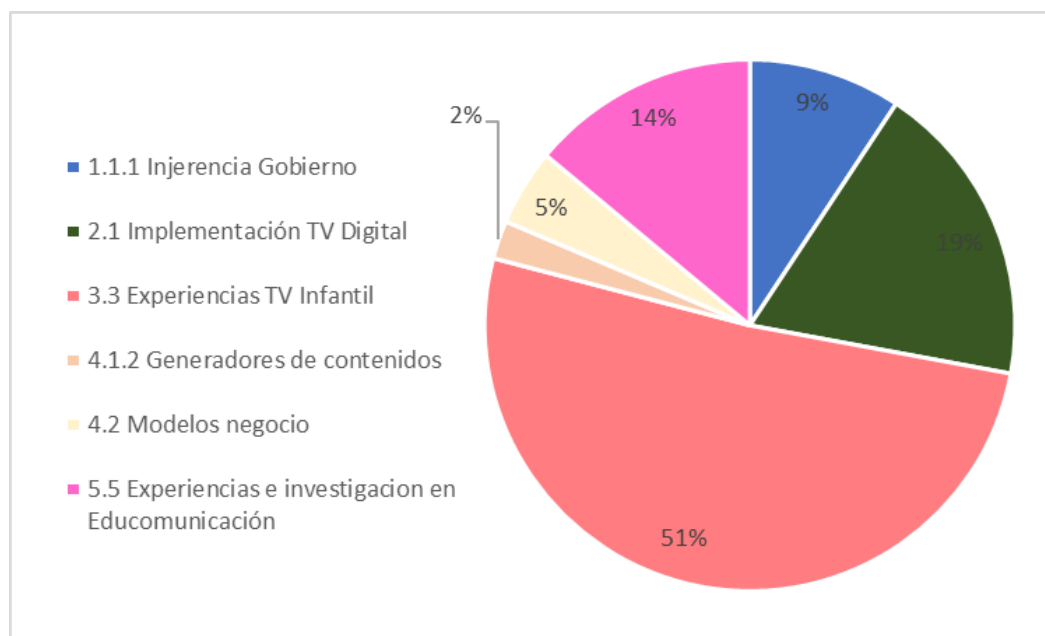
Figura 63. Temas entrevista Eugenio Bucci, en porcentaje

Martín Becerra es académico e investigador de la Universidad de Quilmes en Argentina. En la entrevista realizada se tocaron 13 ítems agrupados en 4 ejes. Varios temas se trataron respecto del *eje Gobierno, Industria y Derechos*, algunos en mayor medida como los marcos legales, el decreto de Macri, la concentración y otros en menor cantidad como rol del gobierno, regulación y acerca de la defensoría del público. Del segundo eje, *Gobierno, Industria y Convergencia* se trató el tema de la implementación de la TV digital, concesión de frecuencias y conectividad. Es el único entrevistado que trata estos dos últimos temas.

Figura 64. Temas entrevista Martín Becerra, en porcentaje

Germán Covarrubias, gerente para Latinoamérica de Escuela Plus de Direct TV y uno de los profesionales fundadores de Novasur. El entrevistado intervino mayoritariamente en el tema de las en el ámbito de la TV infantil (51% de las 43 referencias). Asimismo, se conversó acerca del proceso de implementación de la televisión digital (19% de las citas) y de las experiencias e investigación en educomunicación (14%).

Figura 65. Temas entrevista Germán Covarrubias, en porcentaje



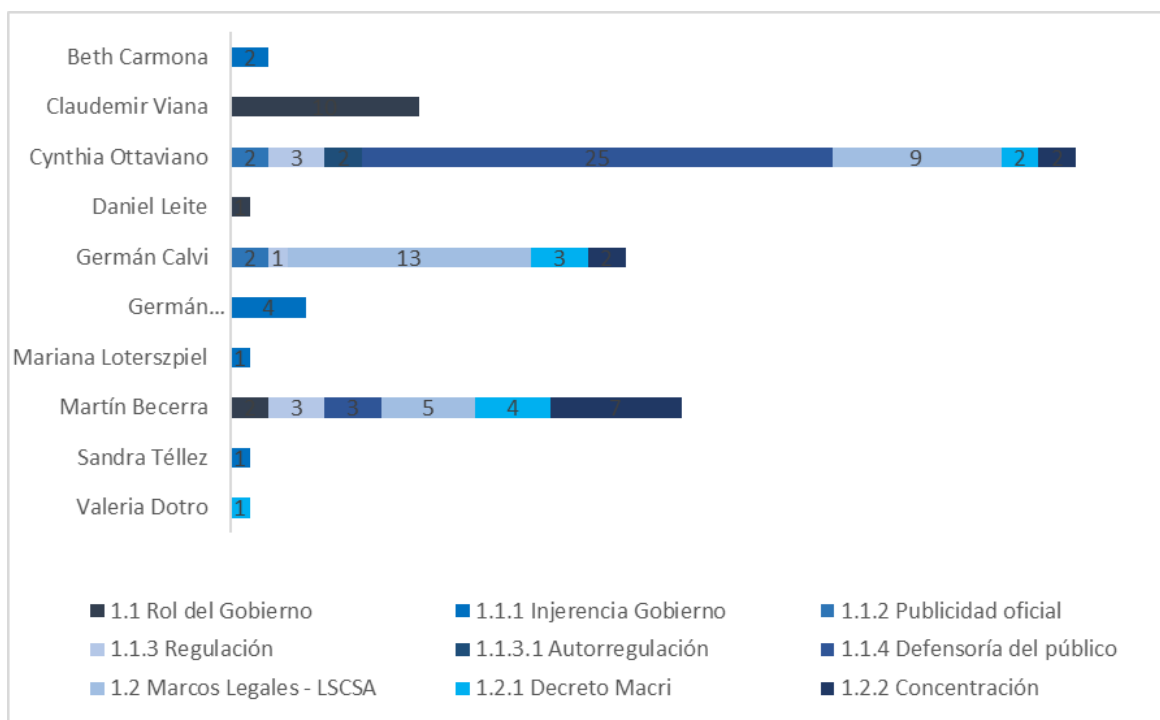
Claudemir Viana profesor de Núcleo de Comunicación y Educación de la Escuela de Comunicación de la Universidad de Sao Paulo se refirió exclusivamente a dos temas: el rol del gobierno y a las experiencias e investigación en educomunicación. Mientras Francisca Pini, investigadora del Instituto Paulo Freire habló acerca de los Derechos de Niños y jóvenes, el derecho a la participación y las políticas públicas referidas a Derechos Humanos.

4.4.2. Análisis de entrevistas según Eje Gobierno, Industria y Derechos

Este eje contempla la siempre tensa relación entre el Gobierno y la Industria de la comunicación, esta vez desde el enfoque de los Derechos, es decir, considerando los estándares y aspectos legales que sirven de marco a la gestión del sector. Los ámbitos abordados por los entrevistados se agrupan en tres principales temas: **El rol del gobierno**, en el que los actores consultados dan a conocer sus posturas frente a la tensión representada, por ejemplo, en la *injerencia del Gobierno* en la gestión de las televisiones públicas y en la distribución de la *publicidad oficial*. Otro tema en el que se cruzan los estándares, el rol del Estado y la industria es la *Regulación* del sector. Se presenta como ejemplo de política pública el caso de la Defensoría del Público de Argentina. Los **marcos legales** que orientan al sector es otro de los temas abordados

por los entrevistados, en especial el ejemplo argentino y la Ley de Servicios de Comunicación Social. En este ámbito se discute la *concentración* de la propiedad. El último punto que se aborda en este eje es **la gestión de la TV pública**.

Figura 66. Referencias Eje Gobierno, Industria y Derechos por tema y actor



4.4.2.1. Rol del Gobierno: injerencia y publicidad oficial

Respecto del primer tema del eje, el **Rol del Gobierno**, dos de los entrevistados comentaron principalmente acerca de la tensa relación entre el Estado argentino y el mercado. Germán Calvi entregó una perspectiva histórica, en la que describió la larga data de la desafección del Estado argentino con el control del sector de la comunicación.

Acá desde el año setenta y seis el último gobierno de Perón que el Estado Nacional relega la política estratégica de comunicaciones al sector privado. Entonces recién para mí en esta etapa, después del 2007 después de que termina el gobierno de Néstor Kirchner y empieza el gobierno de Cristina [Fernández de Kirchner], el Estado retoma algunas tareas estratégicas (Germán Calvi).

Asimismo, el ex gerente del INCAA enfatiza en la creación de lo que él denomina una burocracia de Estado tras la recuperación democrática para desarrollar los medios públicos con una adecuada institucionalidad:

En ese momento lo primero que pasa con eso es que genera una nueva burocracia de Estado para operar estratégicamente sobre el sector de la comunicación. El Estado en el 76 se había retirado y ahora vuelve. Ocuparse estratégicamente un sector implica crear una burocracia de Estado al servicio

de las principales variables que inciden en el desarrollo de sectores. Entonces crea la Secretaría de Comunicación Pública, le cambia el nombre a una secretaria presidencial y la transforma en la Secretaría de Comunicación Pública. Crea Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado una empresa que junta *Canal 7* a la Radio Nacional. Valida Educ.Ar Sociedad el Estado en el Ministerio de Educación de la Nación. Le da funciones a la Secretaría de Cultura de la Nación, que luego la transforma el Ministerio de Cultura de la Nación y le ordena al INCAA que asuma la cuestión de la televisión, no sólo el cine. Crea el ASCAR como autoridades de aplicación, en lugar del COMPER y le da otras funciones entre ellas la CONACAI, que se aborda el tema de infancia creado en esta ley. Le cambian las funciones y le asigna funciones y desarrolla el área audiovisual en Télam que es la agencia de noticias del Estado. Crea toda la estructura y a eso le suman la política en donde crea el Consejo Asesor para la Implementación del Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre, que lo conduce el Ministerio de Planificación, el ministerio de infraestructura (Germán Calvi).

En la medida en que nosotros podamos generar un Estado que avance, regule, controle las variables estratégicas de desarrollo del sector, se puede desarrollar (Germán Calvi).

El profesional se refirió a la labor que se realizó en el gobierno de Cristina Fernández, destacando que trabajaron en políticas muy ambiciosas, lo que significó enfrentamientos muy grandes con la industria y cuestionar incluso la distribución mundial del poder:

Para el Estado argentino no era una tarea permitida por el poder global en control de todas estas variables, el tener soberanía en materia de telecomunicaciones (Germán Calvi).

Trabajaron fuertemente para deslegitimarla, no había condiciones objetivas para legislar sobre eso. Podías hacerlo sin leyes, por decisión política de un ministro, en este caso, o no hacerlo. No tenías una tercera opción: no te daban los votos, no te daban los tiempos, no te dan los conflictos, no te daban las fuerzas (Germán Calvi).

Entonces en la década de los ochenta como ocurría: estaba el partido A y estaba el partido B y estaba el medio comunicación 1. El medio de comunicación 1 decía el partido A hizo tal cosa, el partido B respondió de tal manera, el partido A hizo tal cosa, el partido B hizo tal cosa. Entonces era un relator de la escena y los actores principales eran el partido A y el partido B. En el 2009 en Argentina el medio construía la política y el dirigente político en un actor de relleno que va a convalidar esa operación de prensa (Germán Calvi).

Había un proyecto político que pensaba que se podía lograr y cometió pecados capitales por los cuales hoy están en prisión sin condena los máximos responsables, siendo diputados de la nación y teniendo fuero, violando la constitución nacional. El ministro De Vido es un poco el artífice de toda esta política de infraestructura, está en la cárcel hace más de 50 días, sin condena y

violando su fuero, ya que fue electo diputado por la voluntad popular. Y eso es simplemente un amedrentamiento, de decir acuérdense que esto es no que está permitido. Y hoy hay una generación de futuros ministros que están aprendiendo esta elección a sangre, diciendo si te metes con esto terminás en la cárcel sin condena y en contra de la constitución de la nación (Germán Calvi).

El funcionario atribuye la falta de consolidación de las políticas públicas en Argentina a que existía cierta inexperiencia entre los funcionarios a cierta inexperiencia entre los funcionarios y que habría hecho falta más tiempo para su consolidación.

Si vos hablas con todos los funcionarios de todos los lugares como la primera generación de funcionarios en el poder. ¿Antes de ser ministro de qué fuiste?, De nada, es mi primera vez porque es el pueblo que se organiza y ocupa esta burocracia de Estado, claro por primera vez y también las políticas en una generación aprenden de esta primera acumulación (Germán Calvi).

Nosotros con diez años más, lográbamos en 15 años lo que ellos en 50, en términos de comunicación y de televisión (Germán Calvi).

Germán Calvi y Daniel Leite se refirieron a los espacios de poder de los medios, tanto por la oposición que pueden ejercer al poder político, o bien por la invisibilización de la agenda de los dueños de los medios o por la influencia que alcanzan los profesionales comunicadores:

La sociedad argentina tiene pocos consensos. Respecto de los medios de comunicación no hay consenso, claramente los políticos son los malos y los comunicadores son los buenos. Claramente hay una falsa idea de que el poder está en los políticos y no en los empresarios dueños de los medios de comunicación. Realmente se invisibiliza a los dueños de los medios de comunicación: no están, no se habla de ello, se habla los periodistas a lo sumo, de los programas del medio, pero no del dueño del medio y desde luego no de los intereses detrás del dueño del medio (Germán Calvi).

Entonces el rol de la oposición política en Argentina en el año 2009 lo ocupaba el Grupo Glarín, de la misma manera que el grupo Globo en Brasil. No es un fenómeno argentino, es un fenómeno global. Entonces ahí aparece un tema que se construye como un partido político que comete la irresponsabilidad de desnudar ante la sociedad a un medio de comunicación que, desde la impunidad, de la estar invisibilizado como operador político y desde una supuesta neutralidad periodística contribuía a la cosmovisión de la agenda nacional todos los días (Germán Calvi).

La televisión tiene un poder que es muy concentrado. Y eso hace un conductor de televisión, Luciano Huck quiere competir como candidato a presidente. Así como pasó como Trump y es una persona que no tiene proyectos sociales, pero tiene muy buena imagen, pero no es político y tiene buenos números de intención de voto (Daniel Leite).

Independiente de la emisora, las figuras públicas ganan mucho poder e influencia y en un país con poca educación la gente no conoce los procesos

políticos y no saben que es una decisión que los afecta, entonces es complicado. Los medios están centralizados. Por eso veo la importancia que Internet tiene para hacer un poco la difusión de información de verdad (Daniel Leite).

Por otra parte, el académico Martín Becerra atribuye la falta de consolidación de las políticas públicas en el sector de las comunicaciones en Argentina, como por ejemplo la migración a la TV digital, a la toma de decisiones no consensuadas por el conjunto de la sociedad y a la pugna con los privados (grupos concentrados de poder):

Ese es el problema que tiene el Kirchnerismo que yo siempre lo discuto con mis colegas que son mayoritariamente kirchneristas, yo le decía mirá si vos ponés por la ventana una señal sin un procedimiento legal, nosotros vivimos en una república, no en una monarquía, mañana va a haber otro que gobierne y entonces vos lo metiste por la ventana, te lo van a sacar por la ventana y van a poner por la ventana el Telesur de ellos, y es lo que pasó (Martín Becerra).

También si lees lo que decían los licenciarios privados sobre todo el grupo Clarín, enfrentados con el Kirchnerismo, decían nosotros nos vamos a hacer una inversión para subirnos a una infraestructura del gobierno –que el gobierno maneja como lo manejaba el Kirchnerismo con absoluta discrecionalidad– porque mañana dicen Canal 13 no salen, bajan la palanca y no salimos decimos con una inversión y no podemos llegar a los hogares. Eso es la desconfianza en que manifestaban no sé si como pretexto o como realidad alguno de los licenciarios privados pero lo cierto es que no avanzó (Martín Becerra).

Otro de los temas centrales de la relación entre el Gobierno y la Industria es la **Injerencia** en los proyectos de TV pública en aspectos variados como desde su gestión, hasta su financiamiento, situación que se repite en varios países. Germán Covarrubias describió la importancia del rol del Ministerio de Educación de Chile en la implementación del proyecto Novasur, señalando que su falta de compromiso en el proyecto y determinó modelando una forma de trabajo distintiva:

Me parece que formaba parte de las discusiones y que en algún momento llegó a pensarse que cuando la pieza estuviera muy bien acabada el Ministerio Educación tendría que hacerse cargo. Porque era como el camino más o menos natural. Pero rápidamente nos fuimos dando cuenta que el Ministerio de Educación no estaban las sensibilidades para eso (Germán Covarrubias).

Pero ahí pesaba mucho todo, pesaba mucho el rol del Ministerio de Educación si se convertía en un promotor del Programa. El Ministerio de Educación fue muy observador del programa, con una adhesión que era muy desigual: persona a persona, región a región (Germán Covarrubias).

Novasur era virtuosamente dialógico, casi como un pie forzado porque probablemente si hubiera tenido un patrocinio más decidido, un apoyo más decidido del Ministerio de Educación, la entrada habría sido muy vertical y se le habría tratado como cualquier otro programa del Ministerio, lo que en algunos sentidos podría haber sido bueno, pero no ocurrió. Pero en muchos sentidos podría haber sido nefasto si es que los profesores hicieran las cosas como por cumplir (Germán Covarrubias).

Viviana Sepúlveda y Mariana Loterszpiel señalan que se trata de un fenómeno recurrente en Argentina que se eliminan proyectos de una administración política a otra:

Claro, si tú me preguntas, en el contexto anterior a este gobierno, sí, había una política hacia la infancia, había una política audiovisual, una política de generación de contenido que tuviera una pertinencia, que estuviera acorde con una agenda de memoria, de Derechos Humanos (Viviana Sepúlveda).

Una historia tristísima de este país es donde llegan un día tiran todo un plumazo y empiezan de vuelta... (Mariana Loterszpiel)

Beth Carmona, por su parte, señala que los cargos directivos en las televisoras públicas ven afectada su continuidad por las decisiones políticas, más que por el éxito de determinados proyectos, ejemplificando dos experiencias en su destacada trayectoria:

En *TV Cultura* me pasó igual, yo salí por una cuestión política, cambio del presidente, cambió la orientación de la televisión y yo ya no podía estar porque pensaba de otra manera. Los cambios políticos tienen siempre injerencia en la televisión pública y son políticos, no es porque no era buena profesional, no es porque el canal no estaba bien, todo lo contrario (Beth Carmona).

Yo tuve la misma experiencia en *TV Brasil*, porque cuando salí de *TV Cultura* fui a *Discovery* por tres años y cuando volví estuve un poquito en *Disney* y ya como presidente de la Televisión Educativa de Brasil (*TVE* de Río de Janeiro) que se transformó en *TV Brasil*. *TVE* de Río de Janeiro era la emisora federal pública educativa cultural que se transformó Brasil yo salí exactamente en el momento que se transforma en *TV Brasil*. En el primer gobierno de Lula fueron tres años reconstruimos *TVE* y ahí hicimos muchas cosas importantes incluso hicimos una serie infantil *O menino muito maluquinho* que ganó premio en Japón, entre otras cosas. Hicimos muchas cosas, pero cambio el gobierno y cambió la definición de cómo hacer la televisión pública. Se creó la *EBC* y otra vez políticamente hubo un cambio (Beth Carmona).

Otro tema tratado en este eje por Germán Calvi y Cynthia Ottaviano es la **Publicidad Oficial**, su marco legal y la distribución inequitativa de la misma, ejemplificando el caso argentino:

El 90% del financiamiento de los medios comunicación argentina lo hace el sector privado, el 10% o menos lo hace el Estado. La gran mayoría lo hacen empresas extranjeras, en control de la moda, en control de las bebidas. Y si a eso le agregás una capa más, que están en el mismo holding que controla el mismo medio, entonces, nunca vas a ver una publicidad de Adidas, de Coca-Cola, de Shell en un contenido en un canal que emita un contenido de producción nacional fomentado por el Estado, porque son otro paradigma (Germán Calvi).

Obviamente durante el kirchnerismo no se hizo, pero ahora tampoco seguimos sin ley en la Argentina de distribución de publicidad oficial y lo que ha hecho

este gobierno fue otra vez volver al *status quo* anterior. Este gobierno vuelve a poner en la punta de la pirámide al medio más concentrado, puede que hoy se llame Clarín, pero hay provincias en las que el grupo más concentrado es Vila-Manzano, por ejemplo. Entonces Clarín paso a encumbrar y el tema que se le dejó de dar a medios de comunicación por su perspectiva ideológica (Cynthia Ottaviano).

A eso también hay que sumarle la distribución inequitativa de la publicidad oficial, que lo que hizo fue volver al orden anterior. Desde la Defensoría y antes como periodista también hemos reclamado fuertemente reglas claras de distribución de una publicidad oficial (Cynthia Ottaviano).

Germán Calvi también profundiza en la significación que este aporte estatal tiene en la subsistencia de los medios ya sean privados, gubernamentales, alternativos, afines o contrarios al poder.

Entonces retroceder en términos de la distribución de la pauta publicitaria, un 5% de la pauta publicitaria sostenía 200 canales de televisión en las provincias, cumpliendo la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en todos los criterios: contenidos infantiles, producción local independiente, todos. No sólo es que no se logró, no se logró poner en discusión (Germán Calvi).

Las nuevas licencias habrían dependido del Estado. Página 12 es un medio privado progresista con una mirada crítica, pero justamente por esta posición más crítica tienen menos pautas comerciales privadas. Hoy le sacan la pauta pública y se muere. Pero para mí el Estado debe poner pauta pública, porque forma otra opinión. Si le pones un peso por diario a este medio, al diario Perfil le estás poniendo ocho veces que a Página 12 ocho veces, al diario oficialista. Yo creo que hay que alcanzar un nuevo equilibrio, pero el problema de la ley de medios que se mete con el poder (Germán Calvi).

4.4.2.2. Rol del Gobierno: Regulación, Autorregulación y Defensorías

Dos de los encuestados, Martín Becerra y Cynthia Ottaviano se refirieron específicamente al tema de la regulación y autorregulación de los medios, de acuerdo con la situación argentina. Los sentidos de esta, la orgánica institucional y el ejercicio mismo fueron los temas presentes en ambas entrevistas. Un primer ámbito destacado es la institucionalidad regulatoria Argentina, que con el cambio de gobierno derivó en la creación de un nuevo organismo, que, según Martín Becerra no necesariamente puede ejercer su función en plenitud, dada la dependencia gubernamental. En cualquier caso, el entrevistado señala que no es una situación nueva y desde antes no se ha fiscalizado al sector como debiese:

Hay una autoridad de aplicación que hasta diciembre de 2015 era la autoridad de aplicación creada por la ley que se llamaba AFSCA y desde la ascensión de Mauricio Macri, que modificó por decreto algunos artículos de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, uno de ellos es la autoridad de aplicación. Creó un órgano gubernamental, entonces formalmente tanto la ex AFSCA como el actual ENACOM formalmente deberían ocuparse de velar por el

cumplimiento de la ley y en realidad no lo hacen, lo que hacia la ex INCAA lo hace ahora ENACOM que es acomodar los objetivos políticos del gobierno y la ley, entonces, en todos los aspectos en donde el gobierno no cumple la ley, el ENACOM no dice nada (Martín Becerra).

En el caso de ENACOM si hay representantes de minorías del congreso pero el poder ejecutivo tiene mayoría propia o sea sobre siete miembros el poder ejecutivo tiene cuatro, con lo cual siempre y además el decreto que creó ENACOM, dice textualmente que el presidente podrá remover sin expresión de causa a los miembros de las minorías o sea, son una minoría que sea presidente no le gustan los puede remover, de todas formas tampoco la ex AFSCA donde no existían estas dos cosas, ni el Poder Ejecutivo tenía mayoría ni el Presidente o la Presidenta podría remover a los directores sin expresión de causa, tan poco es que funcionó muy bien. Digamos que entre los miembros parlamentarios del oficialismo más los miembros del poder ejecutivo, más los de las universidades públicas que siempre fueron kirchneristas, tenían una mayoría del gobierno anterior y tampoco funcionó bien o sea no cumplieron la ley, verdaderamente la incumplieron (Martín Becerra).

Respecto de la fiscalización en el contexto digital, Becerra expone las falsedades ideológicas de quienes no desean fiscalizar los servicios de televisión y radio, que son los más consumidos, por una falsa idea de que la población ya superó las brechas digitales:

Si tú entrevistas a los directores del ENACOM por ejemplo, tienen esa posición que en América Latina la asume cierta derecha de para qué vamos a regular la televisión y la radio si el futuro es digital, eso es como muy paradójico porque es un discurso que en Europa no se encuentra, pese a que en Europa la inclusión digital es alta. Y claro con los niveles de fractura social económica que tenemos y la brecha digital que existe en América Latina, sin embargo, la derecha te dice ya estamos en la panacea digital y la verdad es que en Argentina no estás en ninguna panacea digital, 70% de la línea de telefonía y en Chile también son de servicios que son de prepago, su conectividad móvil es muy degradada en relación a la conectividad móvil que tenemos los de clase media o de clase alta. Eso no es inclusión digital de ninguna manera, claro. Digamos que no tienes que regular la televisión, que es lo que ve todavía la gran mayoría de la población en América Latina, porque tienen Facebook en el celular, es un engaño ideológico, una estafa ideológica monumental, aquí muchos de los funcionarios del gobierno de Macri lo tienen (Martín Becerra).

Cynthia Ottaviano se sitúa desde el enfoque de Derechos para justificar su labor como la primera y hasta ahora única Defensora del Público de Argentina, señalando que el sentido de la regulación debe trascender las sanciones y promover el diálogo:

Yo no estoy de acuerdo con el régimen punitivo y judicialista de la comunicación. Yo creo en el diálogo profundamente como herramienta de transformación y ese diálogo requiere encuentro, sinceridad en cómo ha sido el proceso de comunicación y requiere mecanismos de reparación (Cynthia Ottaviano).

Así como reconocemos que se pueden vulnerar derechos, también reconocemos que se pueden reparar. Y, ¿de qué manera se puedan reparar los derechos? siempre con la participación de quién ha hecho el reclamo y de quién ha sido reclamado (Cynthia Ottaviano).

Las sanciones no sirven para nada porque nosotros queremos que los canales cambien las lógicas de producción (Cynthia Ottaviano).

Respecto de la **Autorregulación**, Ottaviano destaca que desde su labor en la Defensoría no consiguieron que los medios argentinos adoptaran prácticas de autorregulación como la formulación de manuales o códigos éticos:

En ningún canal de televisión de la Argentina existe un manual de estilo o código de ética (Cynthia Ottaviano).

Y no pudimos y mira que hemos sistematizado todos los códigos de ética, los manuales el estilo del mundo occidental, hicimos una guía de orientaciones para la realización de los manuales y no hemos logrado que lo hicieran. Ni el sistema público de medios tampoco (Cynthia Ottaviano).

La **Defensoría del Público** en Argentina es el siguiente tema abordado por Cynthia Ottaviano y Martín Becerra. Ambos describen esta política exitosa, marcada por un nacimiento al alero de un marco legal específico: la Ley de Servicios de Comunicación de Argentina, un desarrollo posible gracias a los consensos políticos, realizada desde la perspectiva de Derechos y desde la descentralización y, finalmente, una debilidad institucional mantiene acéfala a la institución desde el fin del primer mandato hasta hoy.

Los orígenes e historia de la institución se cimentan en un debate por el Derecho a la Comunicación sostenido por la sociedad argentina. Cynthia Ottaviano, describe ese proceso:

Un movimiento muy importante fue la Coalición por una Radiodifusión Democrática –ahora se llama Coalición por una Comunicación Democrática–, que retoma la figura del Defensor del Público y elabora 21 puntos por el derecho humano a la comunicación. El punto número 20 era el Defensor del Público. Lo que agrega tal vez a aquel intento de ley de radiodifusión fracasada del alfonsinismo, es que la figura se despliegue en todo el país. Entonces que haya delegaciones en toda la Argentina (Cynthia Ottaviano).

Decir que la figura de la Defensoría del Público en Argentina es un intento del kirchnerismo por supuesto que no solo es faltar a la verdad, sino que se está banalizando la lucha histórica, la lucha popular por democratizar la comunicación (Cynthia Ottaviano).

Martín Becerra, por su lado, destaca el valor de la Defensoría como una buena política, que cumplió con sus mandatos legales, distinto a lo que sucede con ENACOM:

Hay una producción discursiva muy rica en Argentina en toda América Latina también en Chile, siempre hay que comparar lo que se dice con lo que parece

lamentablemente no veo que haya mucha coherencia entre una cosa y la otra. Algunas cosas se hicieron en el gobierno anterior, por ejemplo, se organizó la defensoría del público audiovisual que está muy bien, es un muy buen ejemplo de política (Martín Becerra).

Tiene atribuciones distintas a las de Chile digamos, después lo que hay que ver es en qué medida las cumplen o no, creo que en Argentina muy poco cumplen sus facultades y obligaciones, muy poco, pero no veo que sea un problema del diseño institucional de lo que tienen que hacer sino que básicamente que no lo hacen, no es el caso de la defensoría del público que si funciona bien aunque ahora esté acéfala en su conducción, pero es un organismo que funciona, porque digamos hay organismos en el mundo OFCom en Inglaterra o que el título federal de las comunicaciones en México que bueno son muy ambiciosas en los temas que abarcan y funcionan bien más allá de las tensiones lógicas (Martín Becerra).

Uno de los aspectos destacados es que como institución no tiene una dependencia gubernamental, incluso en términos presupuestarios:

Finalmente, el artículo 19 y 20 artículos en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual crea la Defensoría del Público, dándole un estatus de institucionalidad muy interesante porque la dota de autonomía, es unipersonal es decir que sólo el titular o la titular el Defensor o la Defensora del Público puede tomar decisiones en cuanto a recomendaciones específicas hacia los medios de comunicación, hacia quienes integran los medios de comunicación y a la sociedad en general. Lo interesante es que la dota de autonomía, no sólo en la ejecución de la tarea sino en el presupuesto. Son dos claves: por un lado, que la enmarca dentro del Congreso de la nación argentina, que es el espacio por excelencia de la representación de todas las fuerzas políticas –y a partir de ello de las personas y de las provincias en el caso de la Argentina–, es decir, que crea una Comisión Bicameral integrada por senadores y senadoras, diputados y diputadas para que controlen al Defensor o la Defensora del Público. Y tiene un presupuesto. Esto es muy interesante, pues es muy virtuoso (Cynthia Ottaviano).

De los impuestos, de los regímenes, de los gravámenes que se cobran en la industria de la comunicación, hay una redistribución. De esa redistribución, el 5% es para la Defensoría del Público. Entonces no hay problemas económicos, que lo que suele pasar en todas las Defensorías del mundo (Cynthia Ottaviano).

Entonces la cuestión es que es muy interesante esta redistribución porque quita el dinero como factor de poder y maleabilidad para el Defensor o la Defensora. Porque si fuera el Ejecutivo para tener más recursos, de ninguna manera porque le pide recursos a quien le pida generación de la necesidad absolutamente (Cynthia Ottaviano).

A partir del estatus legal definido, Ottaviano señaló que se formuló una gestión centrada en la misión institucional, a partir del diálogo y el contacto con la ciudadanía:

En esa figura del Defensor del Público ya se establecía la necesidad de defender al público, a las audiencias como sujeto de derecho (Cynthia Ottaviano).

Cuando yo he tenido la oportunidad de ser Defensora de lo primero que dije fue además de que mi primera reunión fue con la coalición por la comunicación democrática no voy a hacer una gestión de escritorio, voy a hacer una gestión de territorio, por eso era tan importante que no estuviéramos sentados esperando que las audiencias vinieran a nosotros, y que nosotros fuéramos a los espacios dónde estaban las audiencias (Cynthia Ottaviano).

La tarea de la Defensoría del Público tenía que ver justamente con que nadie reclama un derecho que no conoce, nadie enseña en derecho que no conoce, entonces a partir de esa necesidad de difusión del Derecho Humano a la Comunicación. Y a la vez de su ejercicio, porque esa era la dificultad (Cynthia Ottaviano).

Fundé una Defensoría que tiene siete direcciones: una dirección que es protección de Derechos para que pudiera realizar una mirada jurídica del reclamo, otra que es la dirección de investigaciones análisis y monitoreo para que pudiera brindar una perspectiva social semiótica de lo reclamado, una dirección de capacitación para que pudiera brindar una perspectiva de que buenas prácticas se podían incorporar, a partir de la vulneración de derechos, y una dirección de comunicación para que pudiera difundir luego esas decisiones tomadas, pero con plena accesibilidad con accesibilidad simbólica y con accesibilidad material. Y, por supuesto, una buena dirección de legal, técnica y administrativa porque era un organismo del Estado Nacional. Pero entonces, con esa mirada jurídica, socio-semiótica, de buenas prácticas y comunicacional poder llegar a un acuerdo, en el sentido de la voluntad de reparación. Y la posibilidad de pedir disculpas por el error que se había cometido. De la posibilidad de realizar capacitaciones hacia el interior de la redacción para que esos errores no volvieran a ocurrir, desde la posibilidad de hacer un nuevo informe que tuviera entonces ya las características de inclusión y no de vulneración. Es decir, ningún caso se resolvió como el otro, porque como siempre se trataba de esos diálogos (Cynthia Ottaviano).

La defensora del público describe el proceso a través del cual la organización a su cargo intentaba realizar la reparación de Derechos vulnerados a través de un proceso de diálogo:

Necesitábamos, por un lado, socializar el derecho y por eso la capacitación a través de educación no formal y formal y, en la misma línea que UNESCO, en ese sentido. A la vez que buscábamos estar a la altura en la recepción de denuncias y reclamos, sin capacidad sancionatoria (Cynthia Ottaviano).

Como Defensora jamás tomé ninguna decisión sin escuchar antes cómo pensaba quien había hecho el reclamo, que podría repararse esa vulneración. Y, a la vez, que había pasado por parte de quien había sido reclamado (Cynthia Ottaviano).

Recién entonces después de encuentros, después de un análisis socio semiótico, porque fundé una Defensoría a partir de la perspectiva del poder obediencial, que es mandar obedeciendo (Cynthia Ottaviano).

Otras acciones impulsadas por la institución fueron la difusión de los Derechos y la participación ciudadana: por medio de encuentros, talleres, capacitaciones y reuniones con grupos de interés:

La tarea de la Defensoría del Público tenía que ver justamente con que nadie reclama un derecho que no conoce, nadie enseña en derecho que no conoce, entonces a partir de esa necesidad de difusión del Derecho Humano a la Comunicación. Y a la vez de su ejercicio, porque esa era la dificultad (Cynthia Ottaviano).

Las actividades se hacen con la participación de la ciudadanía comunicacional. Nosotros en cuatro años de trabajo hicimos 20 audiencias públicas en todo el país, capacitamos más de 70.000 personas y entregamos miles de libros (Cynthia Ottaviano).

Necesitábamos, por un lado, socializar el derecho y por eso la capacitación a través de educación no formal y formal y, en la misma línea que UNESCO, en ese sentido. A la vez que buscábamos estar a la altura en la recepción de denuncias y reclamos, sin capacidad sancionatoria (Cynthia Ottaviano).

La ex Defensora señaló que en articulación con otras instituciones se inició un trabajo, por ejemplo, para incluir el Derecho a la comunicación en la educación escolar o con el gremio de los comunicadores para promover prácticas más adecuadas:

[Desde la Defensoría] hemos trabajado mucho, es una lucha y todavía estamos intentando incorporar en el currículo desde el nivel inicial, el Derecho a la Comunicación con perspectiva de género y no lo hemos logrado. Pero en cuatro años se ha hecho mucho trabajo sobre esa intención y sobre la autorregulación y no hemos logrado que ningún medio de comunicación hiciera su manual de estilo y su código de ética (Cynthia Ottaviano).

No sólo en la ciudad de Buenos Aires, integradas por referentes de distintos espacios. Si era de Niñez, que participarán docentes a participar (Cynthia Ottaviano).

También que participaran de organizaciones de la sociedad civil, periodistas, por supuesto, pero también camarógrafos, locutores y que en ese diálogo interdisciplinario encontráramos cuáles eran las recurrencias, los patrones más habituales y de qué manera poder hacer coberturas responsables de las noticias o incluso también propuestas ficcionales de niñez (Cynthia Ottaviano).

Empezamos con la Defensoría va la escuela. Empecé yendo yo, pero después ampliamos el equipo pues ya no daba abasto para ir yo sola. Después hicimos la Defensoría va al barrio y así profundizando cada línea (Cynthia Ottaviano).

Ottaviano culminó su período y hasta la fecha no se ha citado a la comisión bicameral que debe designar a un nuevo Defensor del Público y por ahora se encuentra un profesional como interino. Con ello, las atribuciones gubernamentales para convocar a la comisión bicameral, que es la encargada de elegir al profesional a cargo, se han convertido en la debilidad institucional de la Defensoría, lo que según Cynthia Ottaviano ha desvirtuado su labor.

La debilidad y finalmente tiene el sistema argentino que yo es que al ser por ejemplo el gobierno de Cambiemos que maneja ambas Cámaras, de diputados y senadores, no han convocado entonces por decisión política a la comisión bicameral, donde no sólo se debe controlar el ejercicio del Defensor o Defensora del Público, sino también del sistema público de medios y también de la autoridad de aplicación. Al no convocarla no están funcionando como organismo de control y la revisión y la propuesta ni de nada y han dejado voluntariamente acéfala la Defensoría de Público. Entonces allí encontramos una debilidad del sistema. Francamente yo pensé que el grado de democracia en la Argentina tenía la madurez suficiente para reconocer la necesidad de continuar la institucionalidad, independientemente de quien ejerce el gobierno (Cynthia Ottaviano).

Es decir, que se convoque la comisión bicameral y luego allí hay 8 diputados y diputadas, 8 senadores y senadoras con representación de las distintas fuerzas parlamentarias: primera, segunda y tercera minoría, y llegar a los consensos necesarios como para elevar el candidato de la candidata, como pasó en mi caso (Cynthia Ottaviano).

Yo salí votada por unanimidad de esa comisión donde están representadas todas las fuerzas al recinto. Y que ahí según de cómo se quiera votar, que es por mayoría simple, a diferencia del Defensor del Pueblo que requiere de 2/3 de los votos. De hecho, en la Argentina seguimos sin defensa del pueblo. Ahora empezaron con un movimiento, pero durante el kirchnerismo tampoco lo hubo. Es que todavía falta que termine de echar raíces la democracia y se reconozca la necesidad de la continuidad de la institucionalidad, como valor democrático, como pacto civilizatorio fundamental (Cynthia Ottaviano).

El reclamo que yo le he llevado al presidente de la Comisión Bicameral era: no tengo por qué yo ser la Defensora, por supuesto. Simplemente yo era una candidata con más de 2.000 adhesiones de la comunidad nacional e internacional, del campo de los Derechos Humanos, la comunicación, la academia, los sindicatos, la niñez, es decir, de los diferentes campos, pero puede haber muchos candidatos o candidatas y llegar a unanimidad. Que votaran a quien tuviera las mejores condiciones para ejercer el cargo, que es de alta responsabilidad, y seguir adelante (Cynthia Ottaviano).

Y lo que me propusieron fue una promiscuidad, de extenderme un papel que dijera que yo seguía sin las potestades de la ley, con actos conservatorios y por supuesto que me negué, porque la ley dice con mucha claridad cómo debe ser elegido Defensor o la Defensora. Yo reunía todas las condiciones para hacerlo, me presenté legalmente como candidata y la obligación de esa comisión debió

haber sido tratar la candidatura... entonces llegamos a la situación de hoy. Por eso digo la debilidad del sistema en este sentido, porque ya llevamos un año entero sin que esta comisión haya hecho absolutamente nada. No fue convocada absolutamente nunca y entonces está dejando vacancia en la Defensoría del Público, en el control del sistema público y en el control también de la autoridad de aplicación y eso es una debilidad (Cynthia Ottaviano).

Por supuesto que eso representa una vulneración de los Derechos de las audiencias, porque ahora quedó la responsable de la Dirección de Protección de Derechos con estos actos conservatorios, entonces no le puede recomendar nada a ningún medio de comunicación (Cynthia Ottaviano).

Lo importante de todas maneras es que sector de la sociedad que tiene hecho carne el Derecho a la Comunicación, sino la Defensoría del Público no hubiera podido seguir con su trabajo (Cynthia Ottaviano).

A medida que los reclamos iban en una misma senda y ya notaba que no era un único reclamo, sino una problemática general, que es una problemática social, que es cultural histórica y que luego se expresa en el plano comunicacional, vamos realizando entonces debates, encuentros, distintas mesas en la Argentina (Cynthia Ottaviano).

4.4.2.3. Marcos Legales, la LSCA

Tres entrevistados Cynthia Ottaviano, Germán Calvi y Martín Becerra se refirieron al marco legal argentino, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual de Argentina, LSCA. Respecto de esta ley, los entrevistados comentaron acerca de los orígenes de la norma, de los procesos participativos que tuvieron lugar para su discusión pública, acerca de la tensión entre el Estado y el mercado que significó su aplicación y continuidad.

Respecto de los orígenes de la LSCAA, Cynthia Ottaviano señala que desde la recuperación democrática se pretendía contar con un marco legal en esta área:

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en la Argentina no nace durante el kirchnerismo verdaderamente es una ley que fue impulsada por la Sociedad civil de la Argentina desde la recuperación democrática en la Argentina. Se recupera la democracia en 1983 y por iniciativa del entonces presidente Raúl Alfonsín por decreto se crea una Comisión, el Consejo perdón de Consolidación de la Democracia, COCODE. Ese Consejo para consolidar la democracia están integrados por abogados, intelectuales, por distintas personalidades referentes, de los distintos campos la vida social y política de la Argentina y debatió sobre diferentes temas. Uno de los temas fue la comunicación y en ese debate sobre la Comunicación se termine estableciendo un proyecto de ley de radiodifusión alfonsinistas y se decía porque en definitiva el espacio para el debate y la discusión que lo promueve el presidente alrededor de Alfonsín y allí es donde por primera vez se incluye la figura del Defensor del Público (Cynthia Ottaviano).

Estamos hablando que en la Argentina los debates comenzaron uno del 83 y estamos en la misma sintonía en Latinoamérica. ¿Sabes por qué? porque de hecho la gran mayoría de los países de Latinoamérica, incluido Chile, Uruguay Argentina, Brasil, Ecuador tenían leyes de radiodifusión de la dictadura cívico-militar. Entonces la de Chile era de la época del pinochetismo, la de Argentina llevaba la firma de Videla y así en cada una de las regiones (Cynthia Ottaviano).

Entonces, en esos contextos, la disputa por la construcción del sentido en la Argentina siguió adelante porque el lobby que se hacía desde los medios de comunicación era tan potente que nunca se llegaba a una ley, entonces se seguía teniendo la ley de la dictadura cívico-militar con parches que iban firmando los distintos interventores de la autoridad de aplicación (Cynthia Ottaviano).

Finalmente se logra presentar y aprobar la LSCAA bajo el gobierno de Cristina Fernández. Martín Becerra también puntualiza que no obstante se tomaron otras decisiones vía decreto y que desde un inicio no se respetó todo el cuerpo legal:

Y es entonces también en el marco de una disputa económica, como fue la 125 en la Argentina, que Cristina Fernández de Kirchner decide recibir a la Coalición por una comunicación democrática, tomar los 21 puntos que la coalición le acerca y elaborar si un proyecto de ley que eleva ante el Congreso de la nación argentina (Cynthia Ottaviano).

La expresidenta firmó un decreto previo a la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual cuando eligió la norma japonesa-brasileña de televisión digital, y todo el desarrollo que hizo al azar de antenas de puntos de transmisión, todo eso es paralelo a la ley de servicio de comunicación no fue ni respetuoso de lo que la ley decía ese desarrollo ya no respetó lo que la ley decía, por ejemplo la ley decía que los licenciarios privados debían pasar por un proceso de concurso previo, en cambio tú ves las señales que había durante el kirchnerismo en televisión digital y no habían pasado privadas, ningún procesado, eran amigos del gobierno (Martín Becerra).

Los entrevistados destacan es la participación de distintos actores en su gestación. Si bien algunos de ellos como Germán Calvi relativizan el alcance de ésta:

La propia coalición lo toma continúan las disputas y los debates en las redacciones periodísticas, pero salen a la calle, ya no solo en las universidades, sino que son las sociedades de fomentos en las plazas, en los barrios comienza cada vez la discusión más profundamente, porque las personas empiezan a tomar conciencia de que estaban en muy pocas manos los medios de comunicación (Cynthia Ottaviano).

Después de audiencias pública por todo del país y después de foros por una participación también en todo el país.... Que fue consolidada por el poder judicial porque fue agredida por inconstitucionalidad. Después de años se logró la plena constitucionalidad de la ley, sólo resistida por el poder mediático. Entonces vos tenías que el poder popular, el poder ejecutivo, el poder legislativo, el poder judicial coincidieron en una ley por la comunicación

democrática, resistida por la comunicación concentrada, hasta que viene este gobierno y lo modifica por decreto (Cynthia Ottaviano).

Es cierto que si es un reclamo desde la vuelta a la democracia nosotros hasta ese momento vivimos con un decreto de la dictadura militar. Sí fue la ley más debatida y fue la ley más participativa, pero esta participación se limitó a un círculo del activo de la comunicación y que parecía que era la sociedad entera, pero no. O sea, un obrero de una fábrica estuvo absolutamente afuera de la discusión, un desocupado, una organización social estuvo afuera de la discusión, una ama de casa, un jubilado, un 80% de la sociedad afuera esta discusión (Germán Calvi).

La ley pone en debate eso y aparecen esos sujetos sociales, pero anárquicamente, atomizados sin poder específico. Los empodera el Estado, con este proyecto. No tenían poder en sí mismos. Hoy vuelven a estar afuera juego. Hay una falta de poder en sí mismos, por lo que no pueden condicionar o revertir esta decisión de vaciar esto y de volver a entregársela al mercado (Germán Calvi).

Los entrevistados dan cuenta que desde el inicio de la discusión se presenta la tensión entre el Estado y el Mercado. Según Germán Calvi, esta ley tiene tres impactos políticos que están relacionados con este activo rol del Estado por ordenar el sector de las comunicaciones:

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual tiene políticamente tres grandes impactos: el primero y más imperdonable es que la política se para por sobre la economía. Para mí después de dictadura en 76 es la primera vez en esta área de la comunicación, que es un tema estratégico para el poder, en que la política recupera ese lugar y se para por arriba de la economía, deja de estar subordinada a la economía y dejan de ser los grupos de empresarios en control de medios los que ordenan en este sector nuestro país e intenta tensionar con ellos y esto imperdonable. Esa es una razón ahora por la cual se encuentra preso el ministro [Julio] De Vido (Germán Calvi).

Lo segundo de la Ley de Servicio Comunicación Audiovisuales es qué pasa a ser construido como una bandera del gobierno porque la política es para los grupos económicos globales es el enemigo. Ellos necesitan de las anti políticas, en ese entonces la comunicación política pasa a reemplazar a la política (Germán Calvi).

Lo tercero es que esta ley se vive como una reparación histórica de la democracia, que tiene que ver con los nuevos Derechos de las sociedades modernas: a la comunicación, la cultura, el sentido, lo cual confunde a la militancia oficialista de ese momento, nos confunde pensando que había llegado el momento y que esa conquista representaba cultural del pueblo argentino. Nos comimos el propio discurso nuestro (Germán Calvi).

Pero vuelvo a la Ley de Servicio de Comunicación Audiovisual, creo que la ley comete ese tremendo pecado original que es recuperar la política por sobre la economía, de desvelar que la política había sido ocultada, que a través de las

tapas de los diarios y el prime time de los medios de comunicación, entonces se construye claramente una tensión entre el partido político de gobierno y el medio comunicación hegemónico y se construye así la pelea, que el partido político nunca gana. Es una pelea de poder asimétrico y atrás de Clarín está Goldman Sachs, que es un fondo buitres. Entonces nace perdida esa batalla, aunque se construye con épica (Germán Calvi).

Lo tercero es que esta ley se vive como una reparación histórica de la democracia, que tiene que ver con los nuevos Derechos de las sociedades modernas: a la comunicación, la cultura, el sentido, lo cual confunde a la militancia oficialista de ese momento, nos confunde pensando que había llegado el momento y que esa conquista representaba cultural del pueblo argentino. Nos comimos el propio discurso nuestro (Germán Calvi).

Cynthia Ottaviano apunta que esta tensión con los grandes conglomerados de medios lleva a la judicialización de algunos de los artículos del cuerpo legal, en los que la Defensoría del Público se posicionó a favor de la norma:

En su momento nosotros [la Defensoría del público] fuimos *amicus curiae* de la Corte [Suprema de Justicia] para defender la a Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual frente a los reclamos por anticonstitucionalidad. cuando quedo en pie la demanda del Grupo Clarín (Cynthia Ottaviano).

Yo también fui *amicus curiae* independiente como persona para defender la plena constitucionalidad de la ley luego cuando se produjo la derogación de los artículos vitales. Lo que ocurrió fue que entonces ante las delegaciones de artículos del gobierno de Macri presentamos el reclamo ante la Relatoría para la Libertad de Expresión y ante la Comisión Interamericana de Derechos Humanos. Se hizo una audiencia pública y luego concluyó mi mandato. Era lógico en los términos de lo que venía pasando en Argentina (Cynthia Ottaviano).

Entre los aspectos más destacados del marco legal, Germán Calvi señala que esta garantizaba un espacio para la comunicación comunitaria y que tenía una mirada descentralizada:

Preveía un 33% de las licencias públicas. Esta era una de las iniciativas que se pensaba idealmente complementar con experiencias provinciales, municipales y de otras áreas. Y esto tenía reservado el 33% de las frecuencias, con lo cual digo había lugar para ese desarrollo, tenía un sentido, tenía pertinencia (Germán Calvi).

Lo otro es que se reconoce el territorio, se reconoce *lo federal* decimos acá en Argentina (Germán Calvi).

Los entrevistados dan cuenta de una débil aplicación de la ley y un desmantelamiento mediante un decreto presidencial. Germán Calvi atribuye esta situación a falta de tiempo para su consolidación y a la debilidad del Estado frente a otros poderes.

El actor clave de este mercado que eran los licenciatarios de los canales de televisión abierta, que eran los ganadores de década de los noventa estuvieron fuera, porque para ellos la estrategia esta que termina consolidando ahora era yo no participo los debates, no convalidó esta ley y después me la llevo puesta. Eso fue su estrategia y eso fue lo que terminó pasando. Esto fue en octubre del 2009 y en diciembre de 2015 logran el decreto que tumba la ley (Germán Calvi).

Porque además no logras implementar la ley en su aspecto estratégico, no lo lograste regular el mercado por debajo del 35% del control en una sola empresa. Clarín tenía el 40% y la ley decía que tenía que tener el 35 %, no los pudimos hacer retroceder, ni siquiera un tantito así (Germán Calvi).

No logramos las nuevas licencias en control de las organizaciones de la sociedad civil. No logramos un montón de cosas: faltó esta cuestión del mercado (Germán Calvi).

¿Vamos a parar a Turner, a *TNT*, a *Disney*, a *Pixar* al aparato industrial cultural con una norma? Coincido en que es más legítimo para ellos respetar la norma que tumbar la norma (Germán Calvi).

Lo que no se pudo hacer con la ley fue modificar la geopolítica el poder, no pudiste generar un nuevo bloque de poder que tenga nuevos medios de comunicación para expresar esta posición. Sólo pudiste tener un partido político en función de gobierno con un pequeño dispositivo de comunicación que interpelaba al poder (Germán Calvi).

Martín Becerra, en cambio, cree la falta de aplicación de la normativa se produjo desde el inicio, incluso por el mismo gobierno patrocinante de la normativa. Esta falta de apropiación de por parte de la sociedad argentina permitió que el gobierno de Macri pudiera dismantelarla vía decreto.

Siempre es una política de Gobierno aquí nunca hubo una política de Estado, o sea, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual fue precedida por una discusión social amplia desde mi punto de vista. Pero la pésima aplicación que hicieron de la ley los dos gobiernos a Cristina Fernández, que paradójicamente habían impulsado esta ley, fue quitándole apoyo social y significación social a la ley entonces finalmente en diciembre 2015 los que terminaban defendiendo la ley básicamente eran los propios militantes del gobierno o sea no había fuera de los propios Kirchneristas identificados con Cristina Fernández de Kirchner una percepción de que la ley había modificado o mejorado en algo su cotidiano, porque no lo ven, no se pregúntale aquí al mozo del bar, en qué mejoró su cotidiano la ley de servicio de comunicación audiovisual no te va a saber decir nada, ningún ejemplo, o sea todas estas políticas él no las ve (Martín Becerra).

De hecho, la presidencia de Mauricio Macri lo que aprovecha es en buena medida la falta de significación social de las políticas previas, porque si un presidente te puede desmontar de un día para el otro con un decreto algo que venía es raro o sea ningún cientista político podría avalar la idea de que Macri, un presidente que tiene tanto poder el 10 de diciembre de 2015 como para

deshacer políticas que tenían mucho consenso antes si deshace una política previa porque tanto consenso no tenía (Martín Becerra).

Es como si mañana asume un nuevo gobierno en Inglaterra y desarma a la *BBC*, ¿podría hacer eso? No, no podría, porque como es que la Argentina si Macri puede desarmar de un día para el otro los planes sociales que se comentaron mucho durante el Kirchnerismo, no, porque hay una significación social, no lo pueden hacer, ahora, si pueden desmontar la ley de servicio de comunicación audiovisual porque el Kirchnerismo hizo muy poco en esta materia (Martín Becerra).

Además, es muy difícil que, en estos temas, con el contexto político que vive Argentina de hace muchos años, salga una ley consensuada que tenga garantías de ser respetada, porque si hoy sale una ley aprobada por el macrismo lo más probable es que con un gobierno de sentido opuesto la derogue también (Martín Becerra).

Otro aspecto abordado por los entrevistados respecto de la LSCA son los **Decretos** mediante los cuales el presidente Macri anula ciertos aspectos contenidos y garantizados en dicha ley. Cynthia Ottaviano y Valeria Dotro señalan el desconcierto que esta situación produce, dado el acuerdo y cierto consenso social que la norma parecía representar:

Pero lo que pasa es que hubo decretos que borraron artículos de la ley y no tenés mucha herramienta contra eso... (Valeria Dotro).

Una de las primeras medidas que toma el presidente Mauricio Macri es la derogación de los artículos vitales de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, demostrando que había un plan estratégico previo a la asunción, porque nadie puede modificar quince días después una ley con todo ese trayecto que te dije: que fue impulsada por el poder popular: porque surgió de la sociedad civil, por el poder Ejecutivo: porque la promovió al Parlamento, por el poder Legislativo: porque finalmente fue votada por la mayoría (Cynthia Ottaviano).

La derogación de determinados artículos —específicamente aquellos que restringen la concentración de la propiedad de medios y que no permitían que un mismo grupo contar con activos en el sector de la comunicación masiva y las telecomunicaciones— aparece como una estrategia política calculada y destinada a favorecer a grupos de la comunicación concentrada, lo que representa un retroceso en materia de Derechos, según señala Cynthia Ottaviano y refuerza Germán Calvi:

Primero porque la realidad no se cambia, el decreto tumba 5 artículos fundamentales. Y nosotros si nos creímos el discurso de que estábamos revirtiendo el ejercicio del poder y no lo hicimos, eso es lo peor que puede pasar me parece en política (Germán Calvi).

Además de esa derogación de los artículos vitales, que le extendió las licencias todavía por muchos más años, es decir que tomó todas las medidas contrarias a la limitación a la concentración y que mercantilizó la comunicación, se

tomaron otras medidas como dejar de pagar los fondos de fomento concursable limitando así la construcción de una nueva comunicación democrática (Cynthia Ottaviano).

El sistema interamericano ha dicho que además de los principios de no regresión y de profundización permanente de los Derechos Humanos, no se puede modificar leyes por decreto de necesaria urgencia y, sin embargo, se hizo y los artículos que se modificaron son los que le ponían freno a la comunicación concentrada (Cynthia Ottaviano).

Las leyes y normas que se conquistaron están vulnerados por decretos inconstitucionales, legitimados por una oposición subordinada por los servicios inteligencia norteamericanos e israelíes, que los coaccionan con divulgar su vida privada y un poco de pornografía familiar, digamos. Y en este escenario el retroceso de todo estar escondidos debajo de la mesa. Y en esta situación poder económico y el poder comunicacional vieron nacer una iniciativa de comunicación entendida como un Derecho Humano (Germán Calvi).

Según apuntan Martín Becerra y Germán Calvi, la administración macrista señaló que la ley no estaba en sintonía con la convergencia, por lo que luego de los decretos el gobierno presentaría un proyecto de ley con temática convergente, lo que no sucedió durante su gestión. Según el académico, esta situación es una elaboración discursiva más que una realidad:

El decreto que tumba de la ley de medios se el gobierno se compromete a presentar en 180 días, que vencieron en julio del 2016, esa ley, lo cual nos hace pensar en no va a ocurrir (Germán Calvi).

El gobierno de Macri anunció, primero, al modificar por decreto se comprometió públicamente en el sistema interamericano de Derechos Humanos a presentar un proyecto de ley que el gobierno dice va a ser de convergencia. Reemplazar y superar, eso el gobierno prometió hacerlo los primeros seis meses de su mandato, pasaron seis meses y armó una comisión que le dio mucha publicidad para redactar el nuevo proyecto, pasaron otros seis meses y después pasaron otros seis meses y ahora se van a cumplir dos años de la asunción de Macri y no hay ningún proyecto (Martín Becerra).

Cuando el gobierno de Macri comenzó a modificar por decreto la ley audiovisual y la ley de telecomunicaciones y cuando dijo que iba a presentar un proyecto, los del partido socialista convocaron a varios especialistas, yo entre ellos y nos dijeron, y nosotros somos oposición, queremos tener nuestro proyecto para cuando el gobierno presente el suyo, el gobierno nunca presentó el suyo, nosotros hicimos nuestro trabajo, entonces el partido socialista, presentó el proyecto en el congreso y hasta ahí... (Martín Becerra).

O sea, que eso es como sucedía también con el Kirchnerismo, mucha palabra y poca acción digamos, no poca acción no porque mientras tanto el gobierno hace decretos, o sea, que en la práctica el gobierno está legislando por decreto sobre todos estos temas, mientras, digamos entretiene a la opinión pública diciéndole que próximamente va a haber un proyecto de ley, yo participé de la

redacción de un proyecto de ley que es el único que se presentó en el congreso durante el macrismo que presentó el Partido Socialista que es un partido muy minoritario de Argentina, muy pequeño, sin relevancia política, que presentamos un proyecto de ley convergente (Martín Becerra).

Lo que dice el gobierno es que está estimulando, abriendo el sector a las inversiones que el marco legal anterior era contrario a los inversores externos que con más inversión va a haber más competencia y sumando competencia va a haber mejores servicios es el discurso de derecha de cualquier sector (Martín Becerra).

Los entrevistados precisan el tema de la **Concentración** de medios en Argentina, que son varios grupos. La alianza de estos y la oposición al gobierno anterior son destacadas:

Los grupos concentrados en Argentina hay muchos no es solo Clarín, Clarín es el más grande (Martín Becerra).

Esencialmente la preocupación para ellos era el negocio, que fue lo que quedó demostrado allí en las audiencias públicas. La Nación son socios son socios con Clarín en Papel Prensa, en la Agencia Diarios y Noticias, es decir que tienen vínculos económicos muy concretos desde hace muchísimos años. Papel Prensa es esencial porque han dejado y han cerrado diarios en la Argentina por la falta de acceso igualitario al precio de papel (Cynthia Ottaviano).

La sociedad argentina tiene pocos consensos. Respecto de los medios de comunicación no hay consenso, claramente los políticos son los malos y los comunicadores son los buenos. Claramente hay una falsa idea de que el poder está en los políticos y no en los empresarios dueños de los medios comunicación (Germán Calvi).

Realmente se invisibiliza a los dueños de los medios de comunicación: no están, no se habla de ello, se habla los periodistas a lo sumo, de los programas del medio, pero no del dueño del medio y desde luego no de los intereses detrás del dueño del medio (Germán Calvi).

Uno de los aspectos más importantes de la LSCA fue el límite impuesto a la concentración de la propiedad de medio, sobre los cuales se aplicaba un ajuste. Martín Becerra explica cómo la judicialización del caso y la falta de acción del gobierno anterior terminaron por dejar en nada el proceso:

El kirchnerismo no lo cumplió, esos artículos de la ley no fueron cumplidos por los gobiernos de Cristina Fernández. Clarín activó judicialmente contra esos artículos, entonces obtuvo de parte de la justicia hasta 2013 una medida cautelar que impedía aplicarle esos artículos a Clarín solamente, el resto de los grupos de medios tenían que adaptarse, después de 2013, cuando la corte suprema de justicia dice que Clarín también tiene que dar *target* (Martín Becerra).

Eso en 2013, entonces todo los grupos, Clarín incluido, presentaron sus planes de adecuación a la ley, y ahí, esta es una de las violaciones que hizo al kirchnerismo, a la propia ley del kirchnerismo, porque le aprobó los planes de adecuación a Telefónica, por ejemplo, con un absurdo que es afirmar que los medios de Telefónica no eran de Telefónica cuando tú ves los balances en la web de Telefónica y dicen, tenemos estos medios y el kirchnerismo decía que no eran de ellos, solamente para adaptar a la ley a los medios (Martín Becerra).

En el caso del grupo Clarín fue más complejo, porque durante 10 meses le admitió el plan de adecuación a Clarín, o sea, que durante 10 meses Clarín comenzó lo que hubiera sido un proceso inédito y que a mí me hubiera parecido muy bien, que es que se adecuará a la ley con muchos problemas porque obviamente en un grupo concentrado (Martín Becerra).

Entonces uno va avanzando eso y de un día para el otro el gobierno resuelve que ese plan de adecuación tenía problemas y entonces en 24 horas después de 10 meses decirle que sí, después de 24 horas dice no, entonces eso significaba para el gobierno según una reglamentación que hizo el gobierno de la ley y eso no sale de la ley, si no, que sale de la reglamentación posterior, entonces, había que adecuar forzosamente a Clarín, dado que el plan que presentó según el gobierno 24 horas, ya no cumplía las exigencias que sí, según el propio gobierno en los diez meses previos había cumplido, entonces el gobierno dice que va a adecuar forzosamente a Clarín (Martín Becerra).

Ahí Clarín hace algo que todos sabíamos que iba a hacer y que era lógico que hiciera, que presentó una nueva apelación judicial, obviamente, diciendo, no mira, primero esto es discriminatorio porque le está aceptando la adecuación a otros grupos que están mucho más irregulares que yo y usted se la acepta, segundo, esto es una reglamentación posterior a la ley, no surge de la ley, tercero es mentira que no nos adecuamos como usted dice, sino que, nosotros estamos adecuando y es usted que en 24 horas en un trámite *express* sin dar vista del expediente declara lo contrario, o sea, por lo tanto se judicializó y así terminó el mandato de Cristina Fernández, que es lo que algunos decíamos que iba a suceder con esta torpeza enorme que tuvo el kirchnerismo al hacer esta movilidad (Martín Becerra).

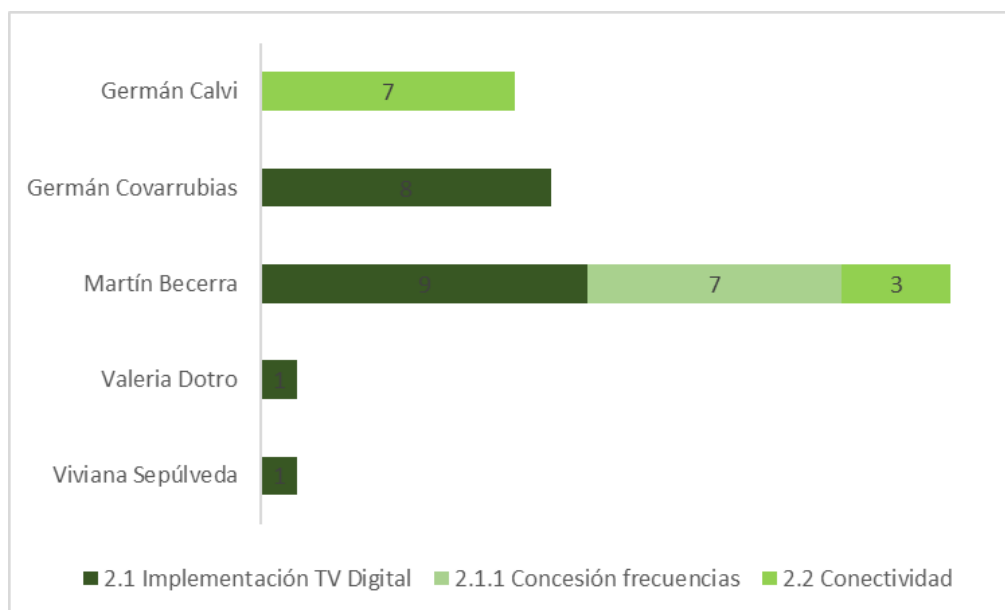
[Que Clarín se ajustara] Claro, hubiera sido un enorme avance, y no lo hizo en forma para mí por responsabilidad del kirchnerismo básicamente, entonces asume Macri y deroga los artículos que dicen que hay límites a la concentración por lo tanto nadie tiene que adecuarse a nada porque ya viene abstracta la adecuación (Martín Becerra).

Entonces allí hay una intencionalidad clara de constituir un nuevo paradigma en la comunicación, en el sentido de promover la concentración. De hecho, hoy un mayor nivel de concentración en la comunicación en la que el Grupo Clarín hasta se asoció con Telecom. El decreto de necesidad y urgencia no era de necesidad y urgencia de las audiencias, como sobre la necesidad y urgencia de las corporaciones concentradas de la Argentina (Martín Becerra).

4.4.3. Análisis entrevistas según Eje Gobierno, Industria y Convergencia

Este eje retoma la relación entre el Gobierno y la Industria, desde el rol del Estado vinculándolo con la tecnología desde la TV digital y la conectividad.

Figura 67. Referencias Eje Gobierno, Industria y Convergencia, por tema y actor



4.4.3.1. Televisión digital

La conversación con los entrevistados se centra en el proceso de implementación y de las políticas que hacen posible el traspaso a la televisión analógica a la **TV digital**. Germán Calvi destaca en el caso argentino la importancia de la elección de la norma brasileño-japonesa, que es la misma para casi toda Sudamérica y que potenciaría el intercambio continental de contenidos:

En el año 2009 ocurren dos cosas: por un lado, el gobierno argentino adopta la norma de televisión digital. Los grupos económicos del control de medios de comunicación, como el Grupo Clarín, estaban forzando el lobby norteamericano y ya habían ido y comprado equipos para digitalizarse con la norma norteamericana (Germán Calvi).

Una de las maneras a través de la cual lo hace es a través de la norma de televisión digital, a través de discutir la infraestructura tecnológica y la norma técnica y lo hace desde un proyecto estratégico: que toda América Latina tenga la misma norma. Unificar la norma, eso para mí es una visión altamente superadora. El paso de la televisión de blanco y negro a color está partido en muchas normas: NTSC, PAL-N PAL-B en la región, con lo cual después dificulta cualquier proceso de integración, de circulación del contenido (Germán Calvi).

Pero la aprobación de esta norma viene acompañada del diseño un plan estratégico 2009-2019 para la implementación del Sistema Argentino de

Televisión Digital Terrestre y que luego se llama Sistema Argentino de Televisión Abierta, porque incluye la terrestre más la satelital y eso es la abierta. Para nosotros eso fue un cambio absoluto en el Instituto de Cine (Germán Calvi).

En el año 2009 se aprueba la norma, se lanza el plan estratégico y en el 3 mayo de 2010 se hace el primer foro de la norma ISBT en el hotel Sheraton de El Retiro con los japoneses, con los brasileños. En ese momento la preocupación del Consejo era la puesta en marcha de la parte técnica: antenas, decodificadores, en ese momento estaba todo el fetiche de la tecnología (Germán Calvi).

Los entrevistados se refirieron al rol del Estado en el proceso de implementación de la televisión digital en Argentina. Mientras Germán Calvi destacó que significó una posición activa del gobierno en el sector comunicacional, Martín Becerra puntualiza que la existe una desarticulación entre las múltiples políticas del sector de las comunicaciones en los gobiernos Kirchneristas que incluye las referidas a la televisión digital y a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual:

Para nosotros, la adopción de una norma por decisión del Estado diciendo yo voy a ordenar esto tiene un primer acto que tensiona con el sector privado, que venía acostumbrado hacía 30 años de que no estaba el Estado ellos tienen el mercado (Germán Calvi).

Esto es una política de infraestructura entonces eso cambia absolutamente al día siguiente de eso había nacido otro Estado que desarrollaba una burocracia de Estado, que no es neutral, que dice yo voy a intervenir en este sector, lo voy a regular, lo voy a desarrollar, voy a invertir también voy a jugar acá en esta cancha (Germán Calvi).

Yo creo que fue un el período entre 2009 y diciembre 2015 de una producción de una gran cantidad de políticas simultáneas en muchos frentes como tú dices, pero de ninguna manera articuladas, al contrario, yo diría que una de sus características principales es la desarticulación de todos ellos (Martín Becerra).

Claro, pero digamos que lo que me interesa destacar es que, desde mi punto de vista es incorrecto creer que la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y el desarrollo en la Argentina de la televisión digital van de la mano, no fueron juntos, son dos procesos que en el tiempo se desarrollaron simultáneamente pero que no tuvieron complementariedad (Martín Becerra).

La relación entre la TV digital y la televisión por cable, que tiene gran penetración en Argentina, también fue abordada en el marco de la tensión entre el gobierno y la industria:

Están cambiando el menú de señales [de la TDA] entonces ahora ya no se sabe bien a quién interpela ese mundo de señales antes el Kirchnerismo interpelaba a los que pensaban como el Kirchnerismo. Estos no han hecho exactamente lo mismo, sino que a mí me parece que en diálogo con los cableoperadores el principal de los cuales es Clarín deja que la TVA pierda relevancia, porque si

pierde relevancia el menú de la TVA la única alternativa real es abonarte al sistema de televisión por cable, con un esfuerzo económico grande (Martín Becerra).

Acá vos tenés en el cableoperador el canal lo tenés en común y su versión en digital y el digital se paga más, entonces yo lo corté. Ahora hay muchos que están haciendo el proceso (Valeria Dotro).

Según Becerra puntualizó que la desarticulación repercutió en la gestión de la televisión digital. Calvi concuerda con que podría haberse gestionado de otra forma:

De hecho, fue ARSAT que gestionó y el ministerio de planificación federal quienes gestionaron la televisión digital y fue la ex autoridad de Aplicación Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual [AFSCA] la que implementaba mal, desde mi punto de vista, la ley. O sea, dos organismos estatales separados sin mucha complementación o sin casi ninguna complementación en sus políticas y el resultado de eso finalmente, como era previsible, es que esa falta de complementación y de articulación impidió potenciar la televisión digital por un lado e impidió concretar mejor la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en este aspecto por el otro. Claro, pero eran como dos áreas de gobierno que casi no tenían comunicación (Martín Becerra).

Entonces la manera de hacerlo, porque al otro día de anunciar esto se hubiera encendido el satélite y todo el país tendría televisión digital. Importaban los decodificadores y ya está, vendían los decodificadores y migrabas en un año de la televisión analógica a la televisión digital usando su satélite e importando decodificadores. Se decidió otro camino (Germán Calvi).

El académico planteó que el excesivo protagonismo del Estado ha retrasado el proceso de migración y la inversión de los privados, lo que puede repercutir en su futuro inmediato. Viviana Sepúlveda señala que no se ve esperanzador el futuro de la TV digital:

Por un lado, la política de televisión digital la condujo tan protagonicamente el Estado que ese protagonismo no contuvo diálogo con los privados y estos no se vieron invitados. Están migrando muy lentamente. El apagón estaba programado para 2019, pero lo van a postergar seguramente, lo que pasa es que hay un tema que se combina que es que aquí, el 80 o 85% más o menos de los hogares, está abonado a algún servicio de televisión de pago, ya sea por cable o satelital, con lo cual si tú te fijas, el impacto social de la digitalización de la televisión es de una franja entre el 10 y el 15% de la población que además es la población de menores recursos, y yo creo que eso también incide en el hecho de que a nadie le interese ciertamente la digitalización porque es un grupo social disperso y poco representativo en el debate público porque son pobres (Martín Becerra).

Sí, los canales de emisión municipales están haciendo su reconversión digital, pero digitalizan la señal de cable entonces sí, les preocupa eso y de hecho los sistemas de televisión de pago tienen un menú, una grilla de programación

cada vez más digital y menos analógica, pero eso corre en paralelo y por separado de la televisión digital abierta (Martín Becerra).

La inversión siempre quedó en parte por la incoherencia de esas políticas llevar adelante en televisión digital, siempre quedó inconclusa la definición de si los privados estaban obligados a subirse a la antena, a la torre de transmisión del Estado o tenían construir su propia torre de transmisión, quedó inconcluso eso, tú ves declaraciones de funcionarios del gobierno anterior y unos decían una cosa y otros otra (Martín Becerra).

Yo veo la TV digital muy parada, el menú me parece deteriorado con el gobierno de Macri sobre todo, porque ha perdido algunas señales que eran apreciadas por la gente que tenía TVA o Telesur eran apreciados en un segmento ideologizado, identificado con el Kirchnerismo y Macri la retiró, así como el Kirchnerismo la puso (Martín Becerra).

Personalmente no soy muy optimista con respecto al futuro escenario que plantea la televisión digital (Viviana Sepúlveda).

Respecto del otorgamiento de **Concesiones de Frecuencias** en el marco de la implementación de la TV digital, Martín Becerra precisó que en Argentina la realización de concursos para la incorporación de nuevos actores en el sistema televisivo fue marginal y desarticulado con otras políticas del sector de las comunicaciones. El académico señaló que el otorgamiento de licencias favoreció a los afines al gobierno anterior:

No hubo articulación, de hecho por eso te digo, un ejemplo muy claro de que no la hubo es que las señales privadas que estaban plataformas TVA de televisión digital en Argentina, eran amigos del gobierno, no tenían nada que ver con lo que la ley establecía que es previo concurso público, entonces eso deslegitima los objetivos de la ley si tú te pones a opinar, pues si la ley tiene que haber un concurso para que las licencias sean ocupadas por aquellos que tienen mejor propuesta cultural o que sean sin ánimo de lucro y el gobierno en lugar de hacer eso le da el permiso a los amigos, se dificulta (Martín Becerra).

¿La asignación de esas licencias sin concursos sigue vigente? en algunos casos si, lo que pasa es que cómo cambió el gobierno cambiaron los amigos, entonces, algunos empresarios, dueños de esas licencias quebraron cuando terminó el gobierno de Cristina Fernández porque su economía dependía de la ayuda estatal y cuando terminó no tuvieron ayuda. Es el caso de uno que se llama Szpolski, que tenía una señal de noticias llamadas CN23 y ese quebró, esa señal fue adquirida por otro empresario, también muy amigo del kirchnerismo que se llama Cristóbal López y que ahora mismo está vendiendo todos sus medios porque está en una situación muy delicada económicamente por una deuda de 8 mil millones de pesos con el Estado argentino. Con lo cual esos medios hoy están en una situación muy frágil y luego este gobierno, el de Mauricio Macri autorizó también porque son amigos a otros empresarios a usar las señales de la TDA (Martín Becerra).

Sólo al final del segundo mandato de Cristina Fernández de Kirchner hubo concurso, un concurso al que se presentaron muy pocos (Martín Becerra).

Es un proceso que nunca se inició, no hicieron licitaciones en las áreas densamente pobladas, por supuesto, si hubo alguna licitación en la provincia de Santiago del Estero donde no hay problemas y preocupación del espectro radioeléctrico y muchas de esas propuestas de esos concursos quedaron vacíos, no se presentó nadie porque no hay nadie en esta localidad. Si yo organizo un concurso en la luna no voy a tener oferente porque no hay gente en la luna, pero, al hacer concursos donde están los medios comunitarios hay que hacerlo, en Buenos Aires, en Rosario, en Córdoba, en Mendoza, en Tucumán, y ahí no hubo concursos. Para mí la pueden disfrazar como quieran, pero lo cierto es que no hubo, después le pueden echar la culpa que es lo que hacen muchos compañeros kirchneristas, le echan la culpa al Clarín, a La Nación, a la confabulación universal, pero en la práctica no hubo (Martín Becerra).

Según Becerra, los canales de televisión comunitaria, que hasta la LSCA fueron marginados del espacio radioeléctrico, no se vieron especialmente favorecidos por la gestión de los concursos. Sólo dos señales comunitarias obtuvieron concesiones y el resto permanece con un mecanismo de permisos provisorios que data del gobierno de Carlos Menem:

Una de las banderas de lucha de la nueva Ley acerca de la inclusión de nuevos actores de todo tipo sobre todo organizaciones sin fines de lucro, claro yo también decía, como se ve en los concursos, dónde están esas esas señales, no existen, no están. Las que existen son medios y organizaciones sin fines de lucro que operaban ya antes de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Solamente 2 se trasladaron porque no hicieron concursos para otorgar licencias de televisión, hicieron dos concursos para medios comunitarios a la licencias en televisión digital y esos dos son Barricada TV y Pares TV nada más, no hay ningún otro, pero todos los demás siguen en esta, por ejemplo, las radios esta no tiene que ver con la digitalización, en Argentina hay una gran cantidad de radios comunitarias que vieron con mucha expectativa y protagonizaron el proceso de debate para tener la vieja Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, sin embargo todos ellos siguen hoy, 2017, en el mismo estado de precariedad legal que tenían antes de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (Martín Becerra).

La única diferencia es que durante los años noventa que aquí gobernó Carlos Menem, el Estado les dio un reconocimiento muy precario que aquí en la Argentina le llaman *PPP* permiso precario Provisorio, una previsibilidad total Para que quede claro que no es una licencia, pero esto que se nos otorgó Menem era porque se suponía que el Estado pronto iba a hacer concursos, entonces este permiso lo que les permitía era no ser decomisado (Martín Becerra).

Nunca se hicieron esos concursos, con lo cual en 2017 obtuvieron un *PPP* en 1992 creyendo que pronto iban a haber concursos y ya pasaron más de 27 años. Yo tengo esa opinión, para mí, yo tengo ejemplos concretos, he estudiado y

publicado libros sobre esto así que lo tengo documentado, yo conté la cantidad de licencias que le dieron a los medios comunitarios, las tengo identificadas (Martín Becerra).

4.4.3.2. Conectividad

Otro aspecto abordado en la conversación con Germán Calvi y con Martín Becerra fue la controvertida decisión del gobierno de Cristina Fernández respecto de la **Conectividad** a través de la construcción de redes de fibra óptica a cargo del Estado. Mientras Germán Calvi destaca esas políticas con foco en la inclusión de sectores más desfavorecidos y los territorios más alejados, Martín Becerra señala que dicha política no se coordinó adecuadamente y no llegó a conectar a la ciudadanía:

En Argentina 42-44 millones habitantes, a 4 habitante por hogar promedio tenías 11 millones de hogares, de esos 11 millones de hogares, tenías 8 millones de hogares que pagaban para ver televisión de paga y tenías 2 millones 3 millones de hogares que no pagaban para ver televisión, que representaban unos 10 12 millones de personas que tenían que ver con los sectores más pobres del país y con las áreas menos densamente pobladas (Germán Calvi).

No tenemos una alta concentración poblacional, entonces el 80 de la superficie en nuestro país tiene baja demografía. Entonces ahí no hay inversión del sector privado y no hay conectividad. Entonces la Presidenta dice de ese porcentaje el territorio (60%) y de ese porcentaje más pobre de la población no se ocupa el mercado no le interesa, porque no hay no va a poner un kilómetro de fibra óptica para dos tipos, entonces que se preocupe el Estado (Germán Calvi).

La externalidad positiva número uno que tenía era una red de fibra óptica de 55.000 km, eso te daba la soberanía sobre las telecomunicaciones de nuestro país. De los cuales entiendo que se terminaron y quedaron en control del gobierno unos 18 mil kilómetros, más unos quince mil kilómetros del sector privado, deben ser unos 33 mil kilómetros con los que terminó este plan en el 2015. De 55 mil se llegó a 33 mil y ahora van a privatizar esos que eran públicos. Se va a tercerizar (Germán Calvi).

Pero eso te permitía y así está escrito en el plan estratégico un acceso a la información brutal: conectaba a todas las escuelas del país a Internet gratis, todos los hospitales del país, las plazas. Te generaba una conectividad real y eso sobre todo golpeaba en la brecha digital. Hoy tienes ciudadanos de segunda en el mundo si no tienes [conectividad] (Germán Calvi).

Entonces acá la televisión terrestre tenía ese objetivo, yo quiero atribuirle ese objetivo, que finalmente te quedaban 120 antenas de televisión digital terrestre que daban un trazado de fibra óptica en todo el país, 150 mil kilómetros de fibra óptica era una tarea estratégica que estaba prohibida para las colonias o los países desarrollados (Germán Calvi).

La construcción de la red de fibra óptica que se llama Plan Argentina Conectada es un plan que la construcción mucha fibra óptica, hizo mucha obra civil pero

no iluminó, no operativizó hizo esa fibra óptica y la ciudadanía no veía ningún beneficio estaba la fibra óptica al lado de las rutas, pero no conectaba localidades (Martín Becerra).

Lo que hizo con inteligencia el gobierno Mauricio Macri es empezar a atender, no la última milla, no la conexión al hogar sino la conexión con las localidades desde la ruta hasta el pueblo y luego del pueblo a las casas con lo cual el mérito se lo lleva este porque los ciudadanos están viviendo en algunas localidades el beneficio ahora de estar conectados pero el gobierno anterior no los conectó y uno dice, pero esto es ridículo, como puede ser que hagas una inversión estatal tan grande de fibra para no conectar a nadie (Martín Becerra).

Había menos del 16% de esa fibra iluminada, o sea operativa, por eso digo ese, es un ejemplo de todos, y todas políticas, hay muchos ejemplos de la falta de consistencia de la política por un lado de sí misma y de articulación con otras, esta no tenía que ver con la ley de servicio de comunicación audiovisual si no tenía que ver el programa Fútbol Para Todos no tenía que ver, o sea, una gran desarticulación y en todas ellas cada una mucha incoherencia interna, vamos a democratizar los medios vamos, a dar licencias a las organizaciones sin fines de lucro y resulta que si tú cuentas la cantidad de licencias que hubieron fueron menos de 20 en 6 años, entonces, hay mucha sobreproducción discursiva y poca... (Martín Becerra).

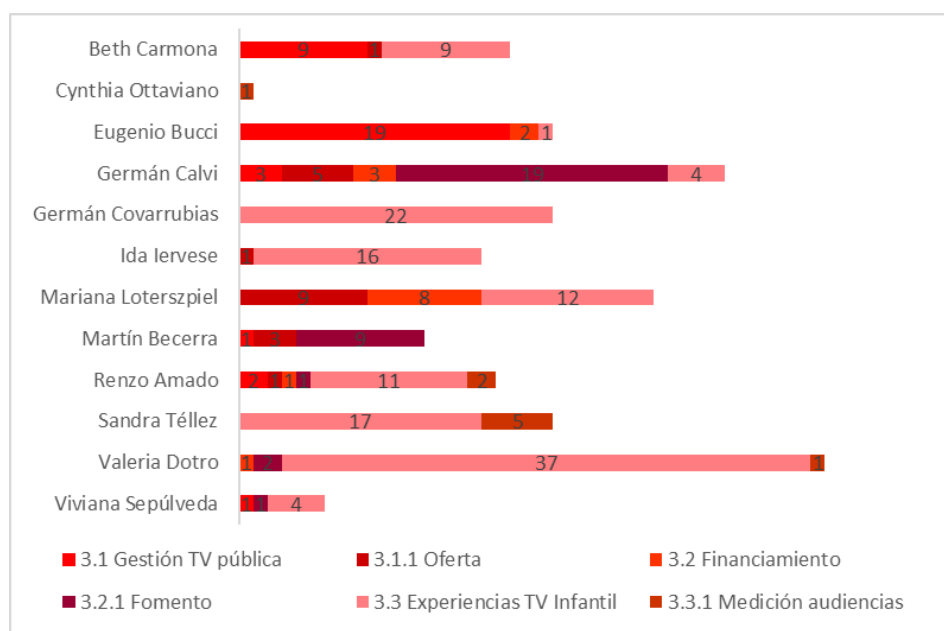
Germán Calvi atribuye a la tensión norte-sur la falta de continuidad del proceso de la implementación de la fibra óptica y de soberanía satelital:

Bueno acá pasó lo mismo [que con el petróleo] exactamente en Argentina la fibra óptica era tarea imperial, entonces el desarrollo del satélite y de la fibra óptica es de ellos. Que hoy el imperio, ya no son más territorios, sino son conglomerados empresariales financieros-tecnológicos... Entonces ya no son más territorios, son estas redes, las *cities* financieras globales donde vive el 1% de los ricos del mundo (Germán Calvi).

Para el Estado argentino no era una tarea permitida por el poder global en control de todas estas variables, el tener soberanía en materia de telecomunicaciones (Germán Calvi).

4.4.4. Análisis entrevistas según Eje Gobierno, Industria y Calidad

Este eje mira la relación entre el Estado y el sector de la comunicación desde el punto de vista de la calidad. Está centrado en la gestión de la TV pública y su oferta, así como los mecanismos de financiamiento de la industria, incorporando puntos de vista no sólo de la televisión, sino del cine y de los nodos de producción audiovisual, especialmente en Argentina.

Figura 68. Referencias Eje Gobierno, Industria y Calidad, por tema y actor

4.4.4.1. Gestión de la TV Pública

Uno de los principales temas discutidos en este eje es la gestión de la televisión pública y cómo el rol de los gobiernos puede ayudar a preservar su misión ante el crecimiento de modelos comerciales y el nuevo *ethos* tecnológico. La misión de la televisión pública es comentada por los entrevistados que presentan una visión histórica del proceso en América Latina que difiere del proceso europeo y norteamericano, que son vistos como verdaderos modelos a seguir. Beth Carmona, Eugênio Bucci y Germán Calvi se refirieron a la televisión pública en Europa:

En Europa y en Estados Unidos las televisiones tienen un poquito más de estructura fundamento y respeto por la propia audiencia (Beth Carmona).

Mira que en las democracias estables las democracias que nos sirven como referencia, estoy hablando de Canadá estoy hablando de Suiza qué es un modelo muy diverso, pero estoy hablando de Francia, de Alemania, del Reino Unido e incluso España, incluso E.E.U.U. qué son más o menos democracias en que se observa la garantía de los Derechos fundamentales y los Derechos de minorías en que hay alternancia de poder y todo esto, nosotros tenemos el acceso universal a la educación en alguna medida porque los modelos adoptados la garantizan como no necesariamente con modelos de escuelas gratuitas pero que de escuelas públicas en las mensualidades son bajas proporcionalmente los modelos garantizan que las personas y las familias tengan oportunidad y apertura para estudiar y para formar sus niños y lo mismo vale para la cultura y podríamos decir la comunicación en general (Eugênio Bucci).

Nosotros en nuestra sociedad de Brasil incluso no tenemos nada ni cerca de esto por qué eso ha sido logrado por las democracias creo que un poco antes de la Segunda Guerra en los Estados de Europa, pero fundamentalmente después de la Segunda Guerra y la *BBC* empezó en los años 20 o 30 pero fundamentalmente después de la Segunda Guerra con un incremento de la cultura política de la socialdemocracia en Europa e hizo un consenso en la sociedad para protegerla información y la cultura de los intereses de mercado de manera que no son solamente los intereses de mercado que determinan la información, sino que también, pero no solamente, porque son intereses legítimos también pero no solamente no se puede dar a ellos el monopolio de la información de la cultura (Eugênio Bucci).

Esta mentalidad que se transformó en una especie de consenso hizo que este hecho histórico, que es la referencia de la información objetiva proviene muchas veces de instituciones públicas, esto es verdad para la *BBC*, esto es verdad, para *Deutsche Welle* esto es verdad en términos para las instituciones públicas en Francia también, que no solamente ellas tienen la referencia de esto, pero son referencias importantísimas en los Estados Unidos podemos ver que las referencias más importantes de periodismo *The New York Times*, *The Washington Post*, *CNN*, de unos tiempos más cercanos, pero también *NPR* es una referencia importantísima el sistema de los *PBS* tienen una programación periodística, tiene un altísimo nivel (Eugênio Bucci).

Respecto de la continuidad de proyectos como *BBC*, es posible sólo porque una parte del poder es inglés hace siglos el Estado. Para mí resaltan no porque hay un grado de consciencia mayor, que el que hay acá respecto de *Pakapaka* (Germán Calvi).

Según Eugênio Bucci la responsabilidad del estado en la comunicación es vital y equiparable a su rol en la cultura o en la educación. Según el académico y ex ejecutivo de Radiobrás la televisión pública es un aporte imprescindible para garantizar el derecho a la comunicación en dos ámbitos: el rol informativo y las audiencias infantiles.

Empecemos entonces, por la temática de los niños que ven o no ven televisión, es esto es verdad, pero la inversión de dinero público en la comunicación hecha hacia los niños es una exigencia creo de la democracia, que tiene que ver no con los medios, no con los vehículos, no con las tecnologías o las plataformas, sino que, tiene que ver con la función educativa de la comunicación (Eugênio Bucci).

Entonces si necesitamos de escuelas públicas esta es la pregunta primordial, si es verdad que necesitamos de escuelas públicas y yo personalmente creo que sí, creo que el conocimiento necesita ser un conocimiento público y de acceso universal, lo mismo se pasa con la cultura y el acceso a la cultura y la información (Eugênio Bucci).

Pero a mí me parece importante hacer una separación en dos roles esenciales que es la información periodística y la formación de los niños, porque para hacer entretenimiento no necesitamos de inversiones públicas sino que para

dar visibilidad a identidades culturales minoritarias es imprescindible esto está probado, es imprescindible que el Estado las proteja, que el Estado asegure que tendrán visibilidad de la misma manera para garantizar que la gente pueda ver cosas que el mercado no tiene competencia y no tiene habilidad para mostrar, sean expuestas (Eugênio Bucci).

Entonces el mercado no tiene habilidad, no tiene solamente la gana de hacer esto, pero no tiene afinidad con este tipo de función cultural y de función informativa para esto necesitamos, mira que, en sociedades democráticas, como Suiza, pero también como Inglaterra, Reino Unido, los medios públicos son la principal referencia en términos de objetividad periodística, eso es impresionante (Eugênio Bucci).

Tenemos que mirar esto también y cuando se trata de los niños no hay una comunicación para los niños, hecha para los niños de calidad, sin la presencia de alguna manera del interés público, de la presencia del Estado, o de maneras que tiene el Estado de estimular la producción sin fines de lucro, toda ésta es la cuestión, el problema no es si los niños ven en televisión, es si los niños les gusta ver YouTube, entonces es necesario que tengamos una política en el YouTube es de esto es lo que hablo (Eugênio Bucci).

Y lo mismo pasa con las televisiones públicas incluso en Brasil, las personas creen que ellas están haciendo televisión y no haciendo cultura e información esto es un problema (Eugênio Bucci).

Sí esto en mi opinión es el principio y todo este tema de la historia de la televisión pública, de las radios públicas, de los medios públicos deberían empezar por los Derechos y deberían tener en cuenta cuál es la sociedad que esperamos para el futuro nosotros queremos una sociedad en que exista la tolerancia en que exista la convivencia respetuosa de los tipos diversos de las diferencias (Eugênio Bucci).

Nosotros queremos, justicia social queremos, un régimen basado en los Derechos Humanos entonces es esto que queremos si estamos en acuerdo en relación con esto, es evidente que necesitamos de políticas públicas que tengan una comunicación pública de acceso universal el algo para mí clarísimo y no entiendo cuando las personas empiezan a discutir solamente de la señal digital (Eugênio Bucci).

Otro tema que aparece en las entrevistas es la misión y el rol de la televisión pública, su importancia y razón de ser. Beth Carmona y Renzo Amado comentan sus opiniones:

Desde que yo pasé a entender lo que era televisión pública, porque en verdad cuando empecé mi carrera en televisión, que fue a finales de los años ochenta en principio del noventa, el concepto que teníamos de televisión pública era TV educativa, con una fuerza del estado muy pesada, no solamente en Brasil, sino en otras partes de América Latina también, muy diferente del concepto de televisión pública que había en Europa en Estados Unidos (Beth Carmona).

Nosotros ya nacemos en crisis para implementar y para introducir el tema de televisión pública dentro de América Latina y es una crisis constante porque siempre hay una dependencia, conforme el diseño de la estructura de la televisión hay una dependencia o hay un *link* muy estrecho entre gobierno y televisión educativa-pública-estatal y esto pone en riesgo la parte editorial y hasta el propósito y la misión de la televisión (Beth Carmona).

Por ejemplo, se dice que la televisión pública de la televisión que está comprometida con el contenido nacional y hoy ya hay canales privados que hacen eso. O que la televisión pública es la televisión que estaba comprometida con contenidos de calidad para niños, pero hoy aquí en Brasil ya se pueden tener como 14 canales con 24 horas de programación para niños y algunos, incluso trayendo contenido de calidad. Entonces yo creo que la definición y toda la forma de televisión pública –como discurso, como misión– tiene que reinventarse y creo que no ha logrado hasta el momento, no sé tal vez en algún lugar que yo desconozca (Beth Carmona).

Todo este universo, este discurso: qué es televisión, qué es contenido, qué es televisión pública, qué es televisión privada, todo esto estamos en un momento especial de transición y de transformación que no se va a definir aún, porque a cada minuto se lanza algo nuevo, de otra forma. La tecnología está a velocidad impresionante que no alcanzamos... (Beth Carmona).

La cosa con los canales públicos es que tenemos muchos intereses alrededor, a veces se convierte hasta en un doble discurso, porque tú tienes un discurso que es real por una parte, que es un canal público y no le preocupa el rating, lo que le preocupa es hacer un equilibrio entre lo que los niños y niña quieren ver, porque cuando un programa tiene rating todos se vuelven locos, porque lo que pasa y lamentablemente me ha pasado, es que son dos intereses completamente distintos, uno es totalmente empresarial, más de dinero, y el otro es uno más social, que creo que es por donde debemos ir al menos en un comienzo, entonces, si yo me empiezo a mover por el lado del rating y los auspiciadores, no voy a cubrir lo que falta, porque me va a mover otros intereses, que está bien pero hay que hacer un equilibrio (Renzo Amado).

Otro aspecto abordado por los entrevistados son las crisis que los modelos tradicionales de TV pública enfrentan por razones de audiencia, económicas, injerencia gubernamental y falta de credibilidad entre otras:

Lo que se dice del momento actual de cambios o de crisis o lo que sea, en términos de televisión pública es mundial, internacional y te diría que no es ahora, no es nuevo. La televisión pública está en crisis ya siempre, permanece (Beth Carmona).

Continuamos viendo televisiones públicas en momentos de mucho éxito, de mucha gloria y esto no es como sólo de la historia de Brasil, apenas lo podemos ver en Argentina, lo podemos ver en Chile que hay toda una discusión sobre la televisión pública si comercial, hay discusión en Colombia, en Ecuador, en todas partes entonces esto es un tema (Beth Carmona).

TV Cultura hasta hoy vive en lo mismo, tratando de ser algo que fue muy importante y que desde ese momento tiene la fama y consigue en parte mantenerse. Pero cambió mucho cambio mucho (Beth Carmona).

En *TV Cultura* y *TVE* yo decía ¿será que la gente no entiende lo que está pasando? O es porque la gente no lo valora, porque no tiene una tradición, porque que no tiene historia (Beth Carmona).

Eugênio Bucci, Martín Becerra y Germán Calvi se refirieron también específicamente a Televisión Nacional de Chile, *TVN* como un ejemplo de emisora estatal que se define por un rol de servicio público, pero cuyo financiamiento publicitario y programación la hacen indistinguible de la oferta comercial:

Conozco a Televisión Nacional. Si, conozco el modelo entonces que no se puede decir que es una televisión pública. Es una televisión comercial con una programación perfectamente comercial porque me acuerdo de que una de las atracciones en la televisión nacional era la telenovela *Los diez mandamientos*. Sí, que es acá un programa comercial (Eugênio Bucci).

Entonces creo que es difícil hacer una comparación porque la tv es una emisora de propiedad del Estado, esto es verdad, pero, toda la gestión, los trabajos, la administración, la filosofía son privadas (Eugênio Bucci).

Hay ventajas como que la televisión tiene sus números transparentes, uno puede ver toda la gestión, cuánto ganan sus dirigentes, pero el criterio de programación, el criterio de audiencia comercial y tiene que rendir cuentas a los anunciantes esto es una fuerza que establece una tendencia que se conforma toda la pantalla a una a una inspiración comercial, eso es un problema y me pregunto ¿Y esta segunda señal se financiará? (Eugênio Bucci).

Yo he estado en *TVN* una o dos o tres veces hablando con sus directivos y no es tv pública y esto que la emisora tiene autonomía de financiación, incluso no es verdad, porque la televisión comercial no es una televisión gratuita, el consumidor la paga a través de los precios de las mercancías (Eugênio Bucci).

De manera que, si en el consumidor final pagará el precio de la publicidad y entonces el público está pagando la televisión de la misma manera (Eugênio Bucci).

Yo personalmente no estoy en contra yo soy entusiasta y tengo ejemplos y yo personalmente admiro en la televisión comercial, en la prensa comercial me gusta y hacen cosas buenísimas esto está todo bien, pero no es verdad la afirmación, que la televisión pública que se financia con la publicidad es gratuita, el público la paga de la misma manera de la misma manera y también no es verdad que buscar la plata en el mercado es sinónimo de autonomía porque cuando se busca la plata en el mercado se rinde cuentas a el mercado y no al ciudadano el problema de la financiación por la publicidad es que se transforma el anunciante en el verdadero señor de la televisión, entonces es otro orden de problema (Eugênio Bucci).

Para mí en Chile sin partidos políticos fuertes, sin organizaciones gremiales y empresariales fuertes no hay un Estado fuerte y el proyecto cultural y comunicacional no es fuerte (Germán Calvi).

Porque cuando nosotros miramos en el entorno Latinoamericano, por ejemplo, los canales públicos tienen muy baja audiencia en general, y todos tratan de hacer para tener más audiencia cosas que son de modelo más comercial de televisión, entonces a lo mejor la esencia de lo público no es nociva, incluso en Chile que también tenemos este péndulo de gobiernos de izquierda, de derecha, está la pregunta siempre vale la pena que el Estado es la discusión antes de refinanciar *TVN*, que en el Estado aporte dinero para la televisión, esa pregunta está ahí, o sea, acá también en la transición de un gobierno a otro se ven muchos recursos destinados a lo mejor excesivamente cantidad de recursos destinados a varias políticas que no están conectadas pero que si tienen un foco hacia la inclusión y luego a lo mejor ya no está puesto el foco ahí, entonces no es una política país, es una política de gobierno (Martín Becerra).

Dos de los entrevistados perciben el futuro de la gestión de la televisión pública, uno como una red de internacional gestionada por una multiestatal y otro en vinculación con transmedios:

La única salida que le veo a esto de aquí a veinte años es una multiestatal de la CELAC, que corte de México para abajo y es la única manera de fijar las reglas del juego para que haya contenidos diversos latinoamericanos en la lógica de Derecho. A esa escala, porque ahí pasas a tener 500 millones de habitantes (Germán Calvi).

Yo creo que un poco la idea es preguntarse también que es lo que tiene la televisión pública y la televisión que no te da un transmedio, es que eso es, ahí está la pregunta, entonces cuando resuelvas eso dices Ok, si necesito una televisión pública. Si no, entonces pongámosle todas las fichas a un canal de Internet, como un Netflix de Perú o de Chile y que haya muchos contenidos hermosos, y si hay algo que todos queremos, que a veces no lo sabemos expresar es que es importantísimo llegar a todos los rincones (Renzo Amado).

Respecto de la **Oferta de la TV pública** los entrevistados se refirieron al proceso de implementación de las señales públicas en las que les tocó trabajar, sus inicios, las dificultades de gestión y la generación de las grillas programáticas. En el caso de Perú, Renzo Amado describe la franja infantil de *IPé* como parte de una estructura pública de medios dependiente del Instituto de Radio y Televisión de Perú:

El Perú, tiene el IRTP, el IRTP es el Instituto de Radio y Televisión que engloba varias cosas, emisoras de radio, prensa y lo que englobaba el canal pluralista de Perú, el cual tiene diversas señales, una de esas señales, por ejemplo, es el 7.3 de la señal de noticias, es decir que todo es noticias, nada más, y TV-Perú es el canal que está enfocado más en adultos, está destinado a público mayor de 45 años, entonces dentro de este canal, nace la señal *IPé* que está dentro de TV-Perú, muchos de los equipos que usamos para las transmisiones son los mismos

que los de TV-Perú, muchos de los estudios que utilizamos para la realización, son los mismos que los de TV-Perú y también usamos el presupuesto de TV-Perú (Renzo Amado).

Mariana Loterszpiel desde su experiencia en los canales *Encuentro* y *Pakapaka*, también comentó los inicios de estos proyectos, así como su llegada a la dirección de *TEC-TV*:

Cuando se creó *Canal Encuentro* éramos cuatro personas nada más y estaba Tristán Bauer ahí la dirección y yo que soy amiga por una cuestión que nuestras hijas son muy amigas y no entendía cómo iba a ser un canal de televisión. Yo solía trabajar mucho para fuera para Discovery para *NatGeo*, había hecho canales para chicos, pero en canales grandes éramos cuatro y yo decía este tipo está loco, sin embargo, después fueron los proyectos que fueron (Mariana Loterszpiel).

Llegué acá [a *TEC-TV*] hace unos tres años porque una persona que trabaja acá le habló de mí al ministro [de ciencia] yo tenía todo este *background* en gestión pública, que no es nada fácil es súper, súper, súper difícil. Y me llamó para que agarrara este canal que se estaba cayendo porque este canal surgió dentro de Educ.ar antes que *Depor-TV*. Antes porque a Tristán que le gusta mucho la ciencia la tecnología siempre pensó que el *Canal Encuentro* tenía que tirarse más a la parte sociológica, ciencias sociales, el Encuentro y tenía que tener otro como este de ciencias naturales (Mariana Loterszpiel).

Martín Becerra destaca que pese a que el surgimiento de las señales públicas *Encuentro* y *Pakapaka* no fue parte de una estrategia coordinada con el marco legal y otras acciones, un aspecto muy positivo fue su calidad, que permite pensar en el Estado como generador de contenidos de calidad:

[Las acciones del gobierno anterior] no forman parte de una estrategia articulada. Encuentro fue creado en 2005 cuando había otras políticas de audiovisuales y de medios no tiene que ver con la Ley Audiovisual. Yo creo que es una excelente señal Encuentro y luego más adelante cuando crearon *Pakapaka* también, por lo menos en Argentina ha demostrado que el Estado puede hacer contenido de calidad que era algo que estaba en discusión en ese momento y es una muy buena señal cultural. También *Pakapaka* es una muy buena señal infantil, no sé ahora mismo, con los cambios que introdujo el Presidente Macri, no sé... (Martín Becerra).

Encuentro y *Pakapaka* eran señales que no eran solamente un canal de televisión, o sea, eran productores de contenidos con utilidad pedagógica fuerte, por ejemplo, en la página web. Que para mí que articulaba la pantalla de televisión con otros contenidos, ciertamente con utilidad pedagógica. Me parece que eso no está en la preocupación de las autoridades actuales, me parece, habría que preguntarles ahora (Martín Becerra).

Encuentro y *Pakapaka* pese a haber sido creada mucho tiempo antes sin embargo encuentra en la ley digamos un entorno favorable y está muy bien (Martín Becerra).

Algunos de los entrevistados plantean las dificultades burocráticas, la falta de personal y deficiencia de presupuestos que impone el Estado a la gestión de las señales públicas:

Entonces Tristán tenía este canal en mente y lo puso dentro de lo que era Educ.Ar, involucró al ministerio, Lino Barañao, que es el ministro, siempre quiso mucho tener un canal de televisión, entonces fue un trabajo un conjunto en donde en algún momento hubo algún desentendimiento, sobre todo, en relación con la gestión, no se ponían de acuerdo, y finalmente trajo en el canal al Ministerio de Ciencia y Tecnología, los puso dentro del ministerio con sus pros y sus contras (Mariana Loterszpiel).

Porque no es fácil estar dentro del ministerio eso es igual que una silla cuando te quieren tener comprar una silla, es el mismo proceso en cambio, en Educ.Ar había procesos que te facilitado en mucho más y una de las cosas que habíamos logrado estando adentro es que poder encontrar mecanismos específicos para ese tipo de cosas acá esto yo no lo puedo hacer esto es imposible acá adentro y en ese sentido es un es terrible porque me baja muchísimo la cantidad de posibilidades de producir muchísimo, y aparte con procesos de meses en donde la tele necesita otra cosa, entonces bueno, yo le dije me parece que es un canal que está enquistado en llamadas hace dos años que estaba *loopeando* más que se lo llevó él no lo pudieron sacar adelante y en dos meses lo saqué, lo llamé y le dije, ¿te digo la verdad? no sé cuándo te voy a pagar, te voy a pagar, pero no sé cuándo así que por favor te pido y empecé el branding por acá, esto por allá convenios por todos lados de intercambio y a los dos meses el canal empezó a funcionar mis amigos cobraron seis meses después (Mariana Loterszpiel).

Respecto de la parrilla programática, línea editorial y producción de contenidos propios, Mariana Loterszpiel describe el proceso que desarrolla *TEC-TV*:

Tenemos transmisión de cuatro horas 24 horas y tenemos franjas a la mañana, a la tarde y en la noche, a la mañana hay más más como naturaleza, paisajes, todo lo que tenga que ver con animales, al mediodía tenemos varios programas de cocina porque una de las cosas que trabajamos en el canal y en el programa en general este canal pertenece a un programa que se llama programa de popularización de la ciencia en el que está también involucrado el Museo que tiene que ver con acercar la ciencia a la gente hacerla amena hacerla posible digamos (Mariana Loterszpiel).

Esto sí tiene que ver con popularizar la ciencia hay como tres o cuatro como ejes que trabajamos siempre que es promover carreras científicas, desmitificar un poco la figura el científico, incluir a las mujeres en la ciencia, toda una serie de cosas que bueno todos los programas que hacemos producción original de alguna forma están atravesados por alguno de esos ejes bueno este al mediodía y luego por la tarde empiezan los programas de entretenimiento de la programación de juegos y ciencia (Mariana Loterszpiel).

Tenemos un público al cual nos queremos dirigir no quiere decir que lo logremos el público es hasta 35 pero nos pasa que depende la franja, sobre

todo, el y por un *feedback*. Digamos que existe y estamos cada vez más involucrando en la pantalla gente joven (Mariana Loterszpiel).

No tengo franja de niños, que me encantaría, pero no tengo por dos motivos, uno porque no tengo la capacidad de producir una franja para niños en este momento, Ni siquiera te digo económico porque el tema no es económico, sino administrativo, porque no tengo nada. En Encuentro son 90 personas yo tengo 23, para empezar, entonces ahí es como que mi especialidad es rebúscatela con lo que tenés y hacés algo lindo. Y bueno, o sea igual estoy un poquito cansada. Después repito franja, a la noche madrugada y metemos todo lo viejo. Y a la noche ponemos toda la carne al asador, lo mejor de TEC va en ese horario (Mariana Loterszpiel).

Hoy te diría que el 50% o más es producción nacional, porque usamos material de BACUA. Después mi premisa dentro del canal desde que entré es prohibir los documentales de *cabeza parlante*, porque me parece que son formatos viejos, a menos que estén contando algo tremendamente interesante. Cabeza parlante son entrevistas, trabajamos mucho en formato *reality* y trabajo muchísimo cada vez más el humor para atravesar temas científicos Y después si puedes adentrarte en la página vas a ver *stand-up* científicos y bueno la preocupación es ésta, trabajar los formatos, tener *realities*, tener esta ficción. Estamos haciendo mucha ficción muy barata, la ciencia atraviesa las historias pero las historias digamos son la parte de la narrativa que te va llevando y en el medio, bueno, vamos metiendo contenido, eso es un poco como la propuesta que yo viene a traer acá, la diferencia que hay, o que hubo, entre lo que fue la gestión anterior y yo, tendríamos que tener mucha más cantidad de horas por año de producción, pero como te digo es imposible (Mariana Loterszpiel).

Otro de los ámbitos tratados por los entrevistados es la diversificación de los contenidos públicos, a partir de las posibilidades que ofrecía el escenario digital. Idalvese planteó la diversificación que realizó TV Cultura de Sao Paulo con el inicio de las emisiones digitales, destacando además el nacimiento de la señal infantil de pago *TV Rá Tim Bum* y la coexistencia de sus señales en pantalla abierta y de pago:

TV Cultura, Multicultura, TV UNIVESP, Radio AM/ FM e, TV Rá Tim Bum pela assinatura. Y o streaming que a gente tem na plataforma no celular e acesso a conteúdo também na *TV Cultura* e assisti e a *Rá Tim Bum* já está caminhando para isso também. Já tem tempo que a gente está no digital. A gente entrou logo que foi a transição do analógico ao digital a *TV Cultura* já. E a *TV Rá Tim Bum* é distribuída para o Brasil. Nós estamos nas principais operadoras, e nas operadoras menores que a Distribui pra o Brasil. Também lá no Ceará a pessoa pode ter pode ter se não fosse si ela não tiver como for a *Sky* é uma operadora local que faz, no interior também são várias operadoras menores que distribui (Idalvese).

En Argentina esta diversificación de la oferta incluyó la creación de un canal de ciencia y tecnología (*TEC-TV*), una señal de deportes (*Depor-TV*), el *Canal Encuentro* como señal educativa para público general; *Pakapaka* para niños; una emisora de cine argentino (INCAA TV). Un nuevo canal cultural, una señal con contenidos federales y

otra dirigida a adultos mayores no alcanzaron a ponerse en pantalla. Germán Calvi describió este proceso como una propuesta coordinada desde el gobierno anterior:

Se intenta un canal para promover las vocaciones científicas, vinculado al Ministerio de Ciencia y Tecnología, *TEC-TV*. Se intenta un Canal de Cultura puro, que era Cultura y Nación que impulsa Jorge Coscia, pero que nunca logra ser subido, pero que está totalmente diseñado, que tiene *branding* que tiene todo. Como que [Canal] Encuentro sea Educativo y el otro Cultural. Se intenta un Canal para adultos mayores, para la tercera edad es el ACUA Mayor, se arma un canal con contenidos federales, el ACUA Federal y estos no nunca lograron pantalla. Por tensiones dentro del propio gobierno, pero tenían muchas horas de contenidos, muchas horas al aire en señal de prueba (Germán Calvi).

Se mejora brutalmente la televisión pública lo que era *Canal 7* la televisión pública. Y se recupera un canal del deporte *Depor-TV*. Educ.ar pasa a tener *Encuentro*, *Pakapaka* y *Deport-TV*, 3 señales y esta es un poco toda la propuesta de canal, de señales de televisión digital que estuviese en la plataforma (Germán Calvi).

Entonces dentro de la plataforma de televisión digital propone un conjunto de canales de televisión que se ocupen las cosas que no se ocupaba el mercado. Entonces plantea el INCAA-TV como una señal para el cine nacional, de eso si se ocupaba del mercado, pero se ocupaba el grupo Clarín a través del canal Volver, a través de una operación fraudulenta hecha en los noventa en donde se quedan de una manera ilegítima con los derechos del cine nacional. Ellos compraron los derechos de manera sospechosa (Germán Calvi).

Una dificultad nuevamente señalada por los entrevistados es la posibilidad de los gobiernos a cargo de desmontar el trabajo realizado por las administraciones anteriores. Tanto Germán Calvi como Martín Becerra describen esta situación en Argentina:

[Canal] Encuentro Macri lo desarmó, pero bueno, pero otras cosas que hubo sobreproducción discursiva y con cero materialización, un tipo puede deshacer sin problema (Martín Becerra).

Entonces INCAA-TV tiene como misión que recuperar un canal para el cine nacional y latinoamericano...De hecho, para mí INCA-TV era una marca valorada por la sociedad, que ahora desapareció y se llama CINE-AR (Germán Calvi).

Canal Encuentro sigue existiendo, *Pakapaka*, *TEC-TV* sigue existiendo, esos son los tres canales que más o menos sobrevivieron a la transición de gobierno, cambiaron absolutamente su perfil, pero sobrevivieron como oferta de contenidos (Germán Calvi).

4.4.4.2. Financiamiento de señales públicas

Respecto del **Financiamiento**, un punto abordado por Eugênio Bucci es el sentido de otorgar recursos estatales en la comunicación e información pública, punto

que el académico vinculó con el financiamiento gubernamental a otras formas de cultura:

Puedo darte un ejemplo que es la música clásica, sí nosotros dependemos del mercado para tener música clásica, la música clásica estaría muerta hace décadas, son maneras de expresión cultural, son culturas que no se pueden financiar por el mercado y si no hay formas alternativas como filántropos como donaciones e incluso como dinero público estas formas de cultura no existente, esto es el raciocinio, si la gente ve o no ve televisión es algo marginal no es la cuestión esencial porque entonces tenemos que tener financiación pública para garantizar el acceso a la cultura y las alternativas culturales y la formación de la cultura artística, literaria y musical y de artes plásticas, de todo, por otras plataformas, por otros medios que son electrónicos, que son digitales, tienen cosas de Internet e incluso de materiales impresos de papel, porque lo que lo que es esencial es entender, es comprender y la televisión es un medio para que se alcance un fin, y el fin es lo que es protegido, de la política de garantizar el acceso universal a la cultura y puede ser por medio de la televisión, por medio de las radios (Eugênio Bucci).

Exacto, lo mismo vale para los museos entonces tenemos museos de mercado, entonces todos los museos presentaron por tener exposiciones de mercancías solamente de mercancías y no de acervos valiosos desde el punto de vista de la cultura, mira que incluso los museos que son financiados por instituciones privadas ubicadas a grandes compañías de todo, adoptan una política cultural de acceso universal y público, son maneras que la sociedad, el Estado democrático tienen de estimular por medios diversos, por instrumentos diversos, que el fin se ha contemplado que es garantizar el acceso universal a la cultura, esta es la razón por la cual se piensa en medios públicos de comunicación comprometidos con la cultura en dos dimensiones distintas, la primera dar visibilidad a las culturas minoritarias y en segundo lugar garantizar el acceso universal a las diferentes formas de cultura (Eugênio Bucci).

Respecto de los canales públicos, los entrevistados de Argentina y Perú dieron a conocer las estrategias para el financiamiento de contenidos y el uso de diversas fórmulas para sortear la burocracia y los bajos presupuestos:

Este proceso de Encuentro y *Pakapaka* digo que todos sabemos un poco el esfuerzo que lleva a todo eso y bueno una vez que el canal salió tuvieron algunos procesos de licitación, pero la verdad es que es muy difícil sostenerlo porque yo puedo por mes hacer un lanzamiento que no son estrenos de producción original, sino que son o adquisiciones o intercambios o algún documental que hayamos hecho, pero uno (Mariana Loterszpiel).

Yo siento que cuando tú tienes claro un mensaje, un objetivo que quieres dar, tienes claro lo que quieres transmitir, la forma de cómo hacerlo, es obviamente romperte más la cabeza, pero si tienes la posibilidad de hacer algo con mucho dinero, hazlo con mucho dinero, pero si no tienes la cantidad de dinero también se puede hacer, creo que lo económico no es en ningún sentido una limitación, todos tenemos sueños que cuestan millones de dólares, lo que pasa muchas

veces en la casa por ejemplo, es que los papás llegan con la súper Barbie o con la súper casa de Barbie y juegan con la caja, entonces eso nos explica que los niños y niñas, bueno que no sabemos lo que va a pasar en la vida, pero que hay algo más allá del costo, si no que tiene que ver con la imaginación, o sea yo veo *Pitágoras Swich* y es un ¡Boom!, es una máquina y es mucha inteligencia, entonces para mí, es una de las falencias que nos pasa como decía Sandra, es que hay muy buenas ideas, y esas muy buenas ideas se pueden aplicar a bajos costos, y luego de la idea, viene el trabajo del contenido en sí, de la organización, de la estructura y allí es donde fallamos, entonces mucha gente viene con el chip de si no tengo 6.000 dólares no lo hago y tiene que ver con una especie de flojera, o falta de experiencia en el trabajo del contenido en sí, entonces al final terminas con un producto medio chueco y al final no inviertes de nuevo (Renzo Amado).

Y nos ha tocado vivir en un contexto público con poco dinero, y las personas que estén trabajando allí van a tener que tener el doble de creatividad, y enseñar a los demás y formar a los demás, y si se puede hacer con bajo presupuesto, empiezas con bajo presupuesto, la gente de ciudad Jardín han hecho esta serie de cinco minutos de 26 capítulos con 60.000 dólares, es nada, cada capítulo cuesta 2.000 dólares, pero ellos sabían que el negocio no estaba en esta primera temporada, entonces ellos sabían que había que hacerla, sino se iba a quedar guardada en el cajón, y con 60.000 hicieron un plan, para que al principio trabajaran con un equipo muy grande y luego uno más chiquito, y han tomado mucha experiencia y saben que hacer y qué no hacer. Además, ese también es nuestro objetivo, la formación (Renzo Amado).

Las horas son tramposas, porque tienen lo que más volumen te da no necesariamente es lo que más calidad tiene, como son ciclos de los programas de piso (Germán Calvi).

En ese momento se crea el BACUA, el Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino que es el retrato más diverso, más plural y más federal de la historia audiovisual de Argentina. Al contrario de la televisión comercial Argentina (Germán Calvi).

El BACUA era un dispositivo para abastecer esos 200 canales, tenías seis mil horas, claro cuatro mil las hicimos nosotros, pero había otras dos mil (Germán Calvi).

El INCAA también para televisión, desde el canal pedimos no una serie específica, pero por ejemplo pedíamos una serie de 10 minutos, con protagonismo de chicos y luego lo trabajamos como cualquier otra producción. Pero nunca más supe nada de qué pasó. Hay dos de los del primer proyecto que estuvieron en pantalla De aquí para allá (Valeria Dotro).

Otro tema abordado fue la posibilidad de contar con nuevas formas de financiamiento para las señales públicas:

Sí yo creo que hay que buscar nuevas formas desde financiar estas cosas porque efectivamente porque por desgracia el Estado son los gobiernos que nos tocan

que no debería ser así pero bueno es así. Por el otro tengo la desventaja de estas cosas que no tengo la posibilidad de la inmediatez, en Educ.Ar que la tenía era más sencillo (Mariana Loterszpiel).

Y si no tienes por ahí algo mínimo que sea para sostenerla porque yo la pregunta que tengo y que todavía nadie le ha podido responder me parece que en algunos lugares de Colombia si se han empezado a responder, es, ¿qué pasa en estos casos cuando el Estado se queda sin plata o cuando el gobierno no tiene decisión política de llevar adelante estas cosas una vez que existen? ¿o crearlas? (Mariana Loterszpiel).

Otras dificultades del financiamiento público al sector de la comunicación son comentadas por los entrevistados: escaso presupuesto, prohibición de la reasignación de estos:

El financiamiento del Ministerio [de Ciencia y Tecnología], plata del ministerio y es una plata que no es que yo tengo un presupuesto asignado, eso es un tema también me toca lo que me toca cuando me toca si necesitan esos míos para otra cosa se lo llevan para otra cosa y yo me quedo sin la plata no sé cómo lo hago. Yo siempre hice malabares una cosa que me sale, estado de hecho me llaman siempre y me dicen sácame este quilombo, pero me cansa porque no es que hagan un montón por eso o que eso que se después bueno como lo saqué adelante me dan mucha más plata para poder producir, así que bueno si es un poco así digamos (Mariana Loterszpiel).

Todo el mundo sabía que esa era la administración presupuestaria del canal con lo cual si no éste presentaba sólo querías hacer una u otra sabía cuánto tenía y cuánto tiempo tenía que hacer, en este sentido también había que hacer malabares porque generalmente estábamos siempre en un 25% abajo del valor del mercado (Mariana Loterszpiel).

Permite la autonomía en relación a este Sistema de Medios Públicos, pero dentro del Ministerio [de Ciencia y Tecnología] es difícil la autonomía por el tema presupuestario y por el tema administrativo porque son las dos cosas porque son dos cosas distintas unas cosas la plata que tenés, que no la tengo y otra cosa es cómo se administra que tampoco la administro porque yo (Mariana Loterszpiel).

En *Pakapaka* esta plata en las administras vos y yo me arreglaba con la gente de gerencia adentro de las cosas me arreglaba yo y cualquier cosa yo sabía de qué estábamos hablando, acá no, tengo idea dónde está la plata que en la bolsa quién firma, yo no firmo (Mariana Loterszpiel).

En ese momento era a través del Presupuesto del Ministerio de Educación. Era porque ahora pertenece a la Secretaría de Medios (Valeria Dotro).

Tuvimos una licitación que quedó desierta, cuatro millones y medio de pesos que no es tanto, pero nos lo guardan y voy y digo guárdame esos 4 millones que voy y saco ya otro, ah no me dice yo ya lo destiné otra cosa, entonces

bueno. Desde hace tres años que ya lo tengo el canal es muy jovencito es un canal nuevo, es bastante nuevo (Mariana Loterszpiel).

4.4.4.3. Mecanismos de fomento al sector

Un segundo aspecto abordado en las entrevistas fueron los **mecanismos de fomento** disponibles para el sector audiovisual. El primer tema destacado por Germán Calvi fue el reconocimiento a la diversidad que esta forma de financiamiento permitió para localidades sin acceso:

Nosotros reconocemos lo federal y lo primero que hacemos es que organizamos el fomento asumiendo las asimetrías. Porque si yo digo voy a dar 10 premios y de esos 10 premios 8 o 9 quedan acá en el área Metropolitana de Buenos Aires es una falsa democracia. Entonces organizamos el país seis regiones y hacíamos premios que quedaban en cada región. Entonces esa región no competía con el área metropolitana y da el mejor proyecto posible de esta región (Germán Calvi).

Permitió a las provincias por primera vez usar fondos públicos nacionales para producir contenidos, eso fue increíble. De hecho, tenía convocatorias que se llamaban Concursos Federales y ya en las bases estructurales se establecía va a ir en seis regiones y en la carátula decías la región por la que competías y tenías que certificar domicilio de tres años en esa región. De esa manera sólo a través del INCAA se financiaron más de 4000 horas de contenidos. Concursos deben haber sido no menos de 50 convocatorias en 50 categorías diferentes (Germán Calvi).

El exgerente se refirió a la historia del Instituto de Cine de Argentina:

El Instituto de Cine data de 1957, entonces después la Ley de Cine, después la creación en la puesta en marcha del Instituto tiene una historia institucional larga, pero en el año 94 conquista la autonomía, en un gobierno neoliberal de derechas los cineastas logran una conquista importante que es la autonomía del Fondo de Fomento Cinematográfico. Eso lo logran con el liderazgo el Octavio Getino y todo un grupo de cineastas que venían del cine para la liberación de la década de los setenta y que tenían muy claro lo que querían. Ello con un acompañamiento muy grande del sector y en un momento muy crítico de la producción nacional. Pero ese mismo gobierno a fines del noventa y nueve y luego el propio ministro Cavallo cuando vuelve a ser ministro de economía con la Alianza saca decretos y cuestiones de necesidad de urgencia en donde se hace de estos fondos para pagar servicios de deuda externa. Entonces esa conquista que se logra en el noventa y cuatro da por tierras en el gobierno de De la Rúa, ante una supuesta crisis en donde se prioriza el pago de los servicios de deuda con esos fondos. Ahí se desacelera 2001-2002 absolutamente la producción de cine porque no está el fondo, porque ya se usaron para otra cosa (Germán Calvi).

Se genera un hueco y recién Jorge Coscia en el 2003 reconoce la deuda del gobierno argentino en los productores de cine y decide priorizar. Se había

declarado el default de la deuda entonces se recuperan los fondos. Por el año 2004 se empieza a normalizar la situación y se vuelve a oxigenar con fondos públicos la producción cinematográfica Argentina. Y ahí empieza una carrera creciente yo te diría 2004-2008 en donde se recupera el rol del Estado en la promoción y el fomento de la cinematografía argentina. Y el INCAA vuelve a recuperar en el 2004 con más autarquía, con más solvencia, sobre todo, ese rol (Germán Calvi).

Mi nombre es Germán Calvi yo fui gerente de fomento a la Producción de contenido para televisión Internet y videojuegos del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales de Argentina desde que se crea la gerencia, que si no me equivoco de será abril del 2012, hasta que finaliza y se desaparece la gerencia en enero-marzo de 2016 (Germán Calvi).

Los mecanismos de fomento a la televisión, como los FOMECA, se radicaron en el INCAA. Los detalles del funcionamiento de los concursos del Instituto fueron comentados por Germán Calvi y Martín Becerra:

En el año 2009 cambia entonces hay una bisagra en el Instituto del cine porque la ley de servicios de comunicación audiovisual obliga al instituto a financiar televisión. Entonces aparece una tensión en instituto de Cine, que nace defensivo a la televisión y cuya Ley del cine nace para defenderse de la tele y en el que está prohibido expresamente financiar telenovelas (el producto estrella de la tele) con el fondo cinematográfico. La ley de servicio de comunicación audiovisual genera el concepto de lo universal y del Derecho Humano (Germán Calvi).

La historia corta del INCAA. En el año 2011 el INCAA a crea la unidad fomento a la producción de contenidos para televisión, Internet y videojuegos y me definen a mí como coordinador de esa unidad. En el año 2012 le da un rango de gerencia, es la única gerencia que se crea en el INCAA en todos esos 4 años. Entonces nosotros armamos el primer Plan de Fomento a la Producción de Contenidos para Televisión del INCAA en el marco en la LSCA. Tomamos este mandato de la ley y diseñamos un plan de fomento para televisión. Es una resolución que está publicada en el Boletín Oficial y que por lo tanto es pública. Para mí eso es un buen documento para analizar, porque fija la posición, o sea plantea que el marco es un nuevo momento que se adopta la TDA tv, que se decía se avanza encendido [digital] que se aprueba la Ley de Servicios, que la Ley de servicios obliga al INCAA a esto. Se resuelve una contradicción entre una Ley de Cine que dice no televisión y una Ley de Servicio que dice si televisión y se resuelve por una interpretación que dice que la general ordena a ley especial (la ley de cine es especial y de servicios es general). Es un tecnicismo, hay una interpretación legal. Si trasciende la tele. Se establece ahí una cuestión (Germán Calvi).

Sí, hay un fondo para medios comunitarios que se llama FOMECA que lo creó la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual que se destina el 10% de lo que recauda el Estado en concepto de gravámenes, de las licencias privadas y también de multas y sanciones el 10% se destinada a la organización de concursos para y equipamiento y para producción de medios comunitarios (Martín Becerra).

Para mí ese plan de fomento tenía tres grandes valores: el primero que reconoce el mercado en donde asume que en el mercado hay un segmento que lucra y que hace mucho dinero con la televisión, con lo cual el Estado no debiera subvencionar ese sector, aunque sin promoverlo y plantea palancas: instrumentos financieros para financiar la producción de ficción en televisión comercial. Es un segmento de ese plan de promoción industrial es para la producción de telenovela, que se llaman series de ficción de emisiones diarias de muchos capítulos (Germán Calvi).

Y lo último y más valioso para mí, es la transparencia. Desarrollamos un procedimiento que felizmente queda todo en el Boletín Oficial de la Nación donde hacemos bases y condiciones de cada llamado a Concurso. Se hace todo por Concurso, que para mí no es lo mejor, pero sirve para legitimar el rol del Estado en esto. Como no hay una cosa legítima... yo creo que diez años después es contraproducente el azar de un concurso y es mejor orientar: quiero que estos fondos vayan a este territorio, a este sector, para esta función. Pero quien dice eso tiene que tener mucha legitimidad. Yo no tengo duda que diez años después *Pakapaka* podría haber dicho yo quiero que vos me produzcas este contenido, saliendo de la mentira del concurso, porque no quiero cualquier cosa, quiero ese contenido, de esa manera que la hacés vos. Pero creo que ganando la legitimidad y ganando transparencia en los objetivos lo que se buscan... (Germán Calvi).

Los concursos nuestros son muy transparentes: las bases y condiciones de cada concurso, *de la a la z* está todo explicado en las bases, todo publicado la web del Instituto. Entonces el día cero de la convocatoria ya todo el mundo sabe quién se puede presentar y quién no, el modo como va a ser evaluado, todo el mundo sabe dónde, quién, cuándo, por qué. Eso fue para mí una gran conquista. Las bases y condiciones que las tomamos de otras experiencias, entre ellas la de Educar entre ellas la de DOCTV Latinoamérica, de las mejores experiencias de la burocracia del Estado en América Latina. Esas bases y condiciones, que entonces se publican las bases con una resolución que firma el presidente del Instituto haciendo el llamado concurso. Esta bases y condiciones hoy se siguen usando. Son las mismas que se siguen usando hoy, pese a que se hizo toda una campaña de construcción de corrupción sobre estos fondos. No de este del Instituto de Cine, de esta resolución, sino de otro ministerio planificación, pero que sea ejecutaban con el mismo procedimiento: con las mismas bases y condiciones con el mismo tipo contrato. Y después se publica una resolución llamando a los jurados, entonces se abre el concurso desde una fecha de apertura y hasta el cierre. Tenes una cantidad de requisitos para que te presentes. Se presenta el proyecto, se presenta la documentación

y una primera etapa que es la admisibilidad tiene una segunda etapa que es el proceso de selección, que el jurado elige (Germán Calvi).

Martín Becerra plantea una visión crítica del rol del instituto dedicado al cine en el fomento a la televisión:

El INCAA, yo creo que como idea también estaba desarticulada porque básicamente se dedica a actividad cinematográfica, aunque su nombre él es más ambicioso que la actividad cinematográfica y se dedica sólo a cinematografía. ¿porque se iba a ocupar de contenidos televisivos? todas estas cosas no tienen una explicación normativa tienen una explicación de internas del gobierno anterior (Martín Becerra).

Sí, pero no que fuera el INCAA el que gestionara el fomento. Entonces, ¿Por qué el INCAA organiza de polos y que se yo? Bueno, por internas del gobierno, la mujer del ministerio de planificación federal que ahora está preso por corrupción, digamos generosamente ligada a las guías cinematográficas, explicaciones que son fuera de la política (Martín Becerra).

Otros fondos de fomento fueron los del Ministerio de Planificación de Argentina, llamados POPFCAD:

Una cosa es esto que estoy hablando que es el plan de fomento el Instituto de Cine, otra cosa el Plan Operativo De Promoción Y Fomento De Contenidos Audiovisuales Digitales que son con fondos del Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios que también el INCAA participaba, pero que eran fondos distintos. Cambia absolutamente la cantidad de premio y los fondos con el monto propio del INCAA. En 2015 el premio más grande que se dio con el Ministerio de planificación fue de 14 millones y medio de pesos, con un dólar a 8 pesos. O sea que tenés un millón 600 mil dólares más o menos. La totalidad del POPFCAD en las siglas del Plan Operativo debe haber tributado dos mil millones de pesos a 8 pesos el dólar. Esto debe ser en torno de los 200 240 o 250 millones de dólares el total del Fondo, una partecita se ejecutaba a través del Instituto de Cine, pero parte chiquita y otra parte se hacía con el Consejo Interuniversitario Nacional, el CIN, otra parte con la Universidad Nacional San Martín. Termino con el ciclo de vida del concurso: que mí está para bueno, en eso, digo que tienes las bases y condiciones de distribución, el nombre del jurado, la resolución que nombran a los ganadores. Después se firma el contrato con cada ganador que instrumenta el premio. Todo esto está dentro un expediente, que tiene el proyecto, el jurado. Hasta que se firma el contrato se hace un seguimiento de cada cuota. Se termina el material, se hace un control de calidad, se certificaba la calidad y contra la rendición total de los fondos, la certificación de calidad y la entrega del material recién se emitía como el libre deuda o fin del proceso. Eso para mí fue muy bueno como resultado. Nosotros en el año 2011 hicimos la primera experiencia con el ministerio Planificación con el POPFCAD y se cumplió con una eficiencia y eficacia absolutamente todos los objetivos que se propusieron en la primera sesión de *planning*: se terminaron el 100% de los proyectos, se terminaron el

100% los contenidos, se rindió el 100% de los fondos. Cosas que son raras lograr el cien por cien. Eso para mí tenía mucho que ver con la conciencia del sector, del valor que les dio a estos fondos. Esto está bueno que pase, hagámoslo bien, usémoslo bien, rindámoslo bien. Eso para nosotros fue una experiencia muy valiosa (Germán Calvi).

Una de las tensiones son los cambios que imponen los diferentes gobiernos a los mecanismos de fomento:

Hoy cambiaron los concursos cambiaron. Ya van tres ediciones 2016-2017 en marcha. El primer cambio es que desaparece el concepto de fomento pleno. Nosotros entendíamos que en el 80% del territorio de los canales y de los pequeños productores independientes no había posibilidad de inversión. Entonces invierte el Estado o no se hace. Ahora dicen esto es un negocio. Entonces el Estado no hace una inversión plena, no pone el cien por cien que cuesta producir el contenido, invierte la 80, 70 o 60%. De esa manera sacaron de la cancha a más del 50% de los jugadores, que no tienen esos cinco mil dólares, diez mil dólares o más que hacen falta para complementar estos premios para producir esos contenidos. Entonces ya está. Antes nosotros recibíamos 200 proyectos de una convocatoria. Ahora se presentan 20. Los contratos son los mismos, se pagan las cuotas de la misma manera, los mismos comprobables se exigen, se firman los mismos instrumentos. Si se achicaron los jurados. Nosotros como estaba en construcción qué televisión se buscaba, qué contenido se buscaba, hacíamos jurados muy grandes. Para un jurado federal en un concurso tenía 15 personas ahora tienes 5. Porque había dos de cada región (10) y 5 era uno de cada área: productores, directores, guionistas, técnicos y actores hay en los 15. Todo tiene una representación sectorial y una representación territorial. Entonces de la región Cuyo lo miraban siete personas: los dos territoriales de Cuyo y los 5 sectoriales. Eso se perdió y quien perdió ahí el territorio. Los dos de la región ya no están más (Germán Calvi).

Hoy se mira con un criterio comercial: tiene valor de mercado, puede ir en la pantalla de televisión comercial, entonces avanzan, si no, no avanza. Con lo cual perdiste diversidad y pluralidad y dejaste una sola mirada, la de la televisión privada comercial que es la que existía antes. Y peor todavía, puede terminar en que subvenciones las pantallas de los grandes jugadores con contenidos fomentados por el Estado. Finalmente puede que ocurra el fenómeno inverso al deseado, que, en lugar de fomentar una producción local independiente, que genere sostenibilidad y se internacionalice, lo que hagas es subvencionar que los canales internacionales ocupen parte de su grilla con producción local (Germán Calvi).

Para mí es significativo que usen las mismas bases, las mismas etapas. Ellos que estuvieron las tapas de los diarios diciendo que [estos fondos] eran la fuente de corrupción. Emitieron listados cuando llegan y se hacen de nuestros informes, publicaron con un nombre y apellido, con los sueldos que cobraron los actores. Hicieron una campaña de desprestigio. Empiezan a perseguir a las productoras (Germán Calvi).

Notablemente, hace dos años que no se hacen más esos informes. O sea, no sabemos la gente recibió dinero, cuánto dinero recibió. Si tú querés saber qué produjo *Canal Encuentro* el año pasado no es de acceso público. Si querés saber qué produjo *Pakapaka* o qué financió el Instituto de Cine, no está. No hay un catálogo con esta información, no hay un informe público con esa información, no está (Germán Calvi).

Nosotros lo vamos a reconstruir. Qué vamos a encontrar en eso que vamos a reconstruir: vamos a encontrar diferencia brutal de inversión pública, una caída abrupta de inversión pública. En el escenario más optimista, en montos absolutos será de 60% y en montos relativos, porque hubo una devaluación y la tremenda inflación en 2006, será superior al 80% la caída 2016 contra 2015. Esa caída en la inversión bruta del Estado para la producción de contenido golpea en la cantidad de proyectos que se presentaron. Eso para mí cayó de 1.200 proyectos que se presentaban por año para cines y 1.000 proyecto por año para tele, por lo menos el 50% el primer año y 70 en el 2017. Menos proyectos presentados para obtener financiamiento, porque vos sacaste de la cancha con el cambio de las reglas del juego, 90% menos de proyectos en producción de contenidos, un 90% menos de horas de contenido producida, porque también de distinto formato, porque podés hacer diez proyectos, diez telenovelas. Ahora 90% menos lo cual implica ahora lo menos 80% de empleos directos menos, eso es una hipótesis, personalísima, que espero poder comparar con información (Germán Calvi).

Para mí para mí cambiaron el plan de fomento del cine, no hay un plan de fomento para televisión cambiaron el organigrama y cambiaron el plan estratégico. Cambian el nombre de fomento bien por financiamiento, rompiendo el espíritu de la ley del cine y arman todo con una lógica de la televisión comercial. Hay concursos, pero no dentro de esta línea (Germán Calvi).

Entonces, se organizan estos concursos para otorgar estos fondos desde el año 2010 me parece que se hicieron los primeros FOMECA, funciona, desde la asunción del presidente Macri funciona peor porque han retaceado mucha ejecución de esas partidas, pero, como digo muy lentamente esta aplicación, funciona peor de lo que los medios comunitarios reclaman, pero existe (Martín Becerra).

Las dificultades de optar a mecanismos concursables fueron también comentadas por los entrevistados: la dependencia de estos fondos se atribuye a la falta de un financiamiento más apropiado para las señales públicas. También se destaca la disminución de los montos en concursos, según el criterio de los gobiernos:

También un poco de lo que conversábamos con Mariana Hidalgo, es que hay que tener cuidado porque o si no también se vuelve fondo público dependencia (Renzo Amado).

Es la política pública la que acompaña y en el caso por ejemplo de Chile, por lo que yo he leído, los fondos que se destinaron a la programación infantil se fueron como achicando, de hecho (Viviana Sepúlveda).

Los FOMECA, que también están garantizados por ley, que no deben esos recursos ser otorgados a ninguna otra cosa, porque son intransferibles y sin embargo en muchísimos meses no se dieron (Cynthia Ottaviano).

Otro ámbito discutido, de acuerdo con la experiencia argentina fueron los nodos de producción distribuidos en el territorio y que estaban a cargo de las universidades públicas. Germán Calvi y Martín Becerra comentaron respecto de la institucionalidad el funcionamiento de dichos polos:

Los nodos dependían del Ministerio de Planificación y de la RENAU, la red nacional audiovisual universitaria. Eso era dinero que el ministerio le daba a las universidades ya a través del Consejo Interuniversitario Nacional y para mí las universidades tenían algo a favor, que está en todas las provincias, son lo más federal y tenían algo en contra, que son muy endogámicas (Germán Calvi).

Están en Internet, en muy pocos casos como Villa María de gente que conectó con la audiencia. Ser un canal de televisión que era parte del plan original, pero de mí eso me dio un error estratégico de diseño. La principal crítica que yo les hago a esta política en particular es no trabaja en red. Porque hoy podrías tener 20 canales universitario emitiendo lo que producen los cinco que ya tenés. Con esos cinco que ya existen y que producen podría ser sostenida la programación de 20. Son una red universitaria de canales con contenidos desde la universidad. Y si querés tener cinco universitarios, pasá el 80% de programación igual y un bloque tuyo. (Germán Calvi).

Bueno yo creo que como política la de organizar polos es una política interesante, yo no hubiera hecho eso en el INCAA de ninguna manera, el mundo cinematográfico tiene una mirada muy peyorativa hacia la televisión y eso se nota en las producciones que hicieron pueden o no tener calidad están todas en una página web que nadie visita, pero lo cierto, es que no se hicieron productos televisivos, no hicieron productos televisivos con aspiración de producto masivo, eso no lo hicieron, hicieron productos audiovisuales de una calidad tal vez buena, que no le interesan al público televisivo, es un problema, y eso parte es porque lo gestionó completamente desconectado de la industria televisiva completamente desconectado de los actores y de las necesidades de esa televisiva (Martín Becerra).

Los entrevistados también evaluaron la política de los nodos como un aporte a la producción de los canales nacionales como *Pakapaka*, respecto de la calidad de los contenidos y del objetivo de que se convirtieran en canales de televisión en el marco de la digitalización:

Luego, tú sabes que esos polos en teoría iban a estar como articulados y protagonizados por universidades, lo mismo te invito a que veas cuantas universidades están funcionando o cuantas estaban funcionando en diciembre

de 2015 para no echarle la culpa a Macri, y la respuesta es que muy pocas (Martín Becerra).

Hubo una asignación de recursos para equipar con estudios y cámaras a estos polos, seguramente tú eso lo puedes ver en distintas universidades públicas, y en muchos casos hay producción que no alcanza para sostener un canal, porque para tener un canal necesitas una producción cotidiana alta, pero son producciones digamos... (Martín Becerra).

Tuvo cosas positivas como poder poner equipamientos de territorio, pero tener algo negativo que hoy ninguna llegó a ser canal de televisión hoy (Germán Calvi).

Eso era hacer un programa para hacer nuevos canales de televisión universitarios públicos y para dotar de una especie de pulmón de producción audiovisual a la industria sobre todo a los canales del interior del país. Si ese era el objetivo, es difícil afirmar que ese objetivo fue cumplido (Martín Becerra).

Lo que se trabajó [en *Pakapaka*] con los polos [de producción regional], yo estuve en dos proyectos, que presentaban proyectos distintas regiones, se seleccionaban uno por región, que teníamos un primer encuentro de capacitación, de acordar miradas de la filosofía del canal y después se empezaban a trabajar y se hacía un ida y vuelta. No fueron muy exitosos. Yo creo que hay que continuarlos, seguir y entender la lógica de producción de las regiones. Por ahí lo que pasaba es que había problemas con la calidad, pero los estándares de calidad técnica que ya tiene estos canales hay que alcanzar otros términos. Además, no tenés un proyecto de esta índole y no pasarlo. Pero hubo uno y cuando yo me fui, ya con esta gestión se estaba haciendo otro (Valeria Dotro).

No sé cómo está ese programa con el gobierno actual, habría que preguntarle a los compañeros de las universidades públicas que gestionan eso e informalmente normalmente porque yo viajo mucho por el país y recorro muchas universidades y normalmente lo que veo es qué hay un Estado muy disparado hay universidades que siguen produciendo y siguen sosteniendo esas producciones digamos y, hay universidades que no tienen los equipos no hacen nada, no producen nada de contenido y hay universidades que lo hacían bastante hasta diciembre 2015 y qué ahora lo hacen muy poco (Martín Becerra).

4.4.4.3. Experiencias de TV Infantil pública

Los entrevistados Beth Carmona, Valeria Dotro, Mariana Loterszpiel, Germán Covarrubias, Renzo Amado y Sandra Téllez se refirieron a sus desempeños en el ámbito de la televisión infantil pública en *TV Cultura*, *Pakapaka*, *Novasur*, *Franja IPé* y *Mi Señal*. Un primer aspecto que comentaron fue cómo llegaron a trabajar en esos proyectos, a partir de sus **trayectorias profesionales**. Mientras Beth Carmona y Mariana Loterszpiel tienen una destacada participación en el ámbito televisivo, Valeria Dotro y Sandra Téllez se incorporaron a los canales luego de trabajar en el ámbito más académico y en

vinculación con sus respectivos Ministerios de Educación. Germán Covarrubias, por su parte, se asoció al Programa Novasur con una mirada desde las políticas públicas:

Soy Mariana Loterszpiel, soy directora De *TEC-TV* en este momento y bueno como te contaba, viví desde el año 2005 un poco el proceso de construcción de los espacios de comunicación como *Encuentro*, *Pakapaka* y bueno *TEC-TV* sucedió después, pero fue en el mismo marco digamos en su momento y fui ocupando distintos lugares en relación a las necesidades (Mariana Loterszpiel).

Así que bueno en esos años la verdad que pasé por *Encuentro* siendo productora delegada, después fui productora ejecutiva, un poco la función que yo tenía era supervisar las producciones y llevarlos hacia una línea editorial que era como nueva y única de alguna forma y siempre la pregunta que nos hacíamos era porque está acá y no está en *NatGeo* porque está acá y no está en *Discovery Networks* por ejemplo, si bien el tipo de formato podría llegar a ser parecido y cuál es la función social que tenían esos espacios (Mariana Loterszpiel).

Soy Valeria Dotro consultora en comunicación e infancia y actualmente directora de contenidos de *Latinlab* que es un espacio, una organización, que trabaja en temas de investigación, capacitación, producción sobre infancia, cultura y medios. Durante diez años trabajé en el canal *Pakapaka* fui parte del proceso de creación del canal en este día como responsable de contenidos (Valeria Dotro).

Yo siempre trabajé en temas vinculados a infancia y medios de comunicación, pero mi formación hasta ese momento era mucho más académica y teórica. Yo trabajaba en la Universidad de Buenos Aires, en la cátedra de comunicación y educación, investigaba sobre televisión e infancia. En ese momento en los años 2005, 2006, 2007 trabajaba en el Ministerio de Educación, de manera externa, en proyectos de capacitación, donde se capacitaba a maestros y profesores de todo el país en diferentes temas. Estas capacitaciones incluían temas más particulares como matemáticas, literatura, etcétera, pero también había cursos que eran los llamaban de temas transversales. Había uno específico sobre nuevas formas de familia y yo he trabajado sobre infancia y medios y durante dos o tres años hice ese trabajo (Valeria Dotro).

Estando en el Ministerio de Educación me convocaron si me interesaba entrar en un proyecto muy chiquito que era que se estaba armando una colección de DVD para distribuir en todas las escuelas públicas del país. Era una selección de programas del *Canal Encuentro*, una colección de 11 DVD que cada uno tenía un el tema específico con guías pedagógicas para los docentes (Valeria Dotro).

Cuando estaba ahí un día el director del canal, Tristán Bauer me dijo ¿vos sabes algo de infancia? porque estamos por estrenar la franja para chicos. Me gustaría que la mires y que me hagas un informe. Bueno, yo la miré, hice un informe y entonces cuando este proyecto de chiquito terminó me invitaron a quedarme para trabajar en esa franja como que la gente que armaba de esta franja y también venía bien del rubro de la televisión, de la producción,

entonces me invitaron a formar parte del equipo más desde el costado académico, de educación. Y bueno empecé a trabajar y al año siguiente empezaron a hablar de este proyecto del canal. Allí en el canal trabajaba otra persona, Cielo Salviolo, que trabajaba también en otra área, en la parte de Adquisiciones, que buscaba material de afuera para niños y nosotras nos conocíamos de otros ámbitos, de los Derecho del niño, de la Academia y ella me convocó a formar parte de este proyecto y así empezamos (Valeria Dotro).

Soy Germán Covarrubias soy es licenciado en sociología. Actualmente tengo el cargo de gerente regional para Latinoamérica del programa Escuela Plus de un programa educativo que busca la innovación el ámbito de lo educativo, a través del empleo de fundamentalmente de audiovisual (Germán Covarrubias).

Llegué a Novasur porque fui invitado por el equipo que estaba en ese tiempo encargado del diseño: Víctor Martínez, María Dolores Souza, Soledad Suit quienes estaban con esa con ese impulso y esa inquietud de generar una propuesta de Televisión Educativa y con todo su nombre clarito y completo. Me invitaron por mi experiencia en temas de política pública, porque el programa siempre fue pensado desde matriz de política pública. Entonces yo entré como por ese lado digamos porque ya tenía experiencia es muy interesante de políticas en otros ámbitos. Antes lo que hicimos fue una apuesta muy interesante que todavía persiste, que son los que hoy día se llaman Previene que fue que creamos que son los sistemas comunales de prevención de consumo de drogas eso sí en una alianza tripartita entre la Universidad de Chile de dónde veníamos nosotros, el CONACE y División de Organizaciones Sociales, DOS, que se estimularon a crear hacer una apuesta interesante en el ámbito de la prevención de consumo de drogas y ahí llamaron a la Universidad de Chile a asesorar en este proceso. Llegué yo de rebote también porque de la facultad invitaron a Manuel Canales y Manuel me pidió que fuera yo representando al departamento, así que me quedé ahí y recién ahí como que nos hicimos amigos y muy próximo laboralmente con Víctor y de ahí trabajamos muchos años con en ese y en otros proyectos (Germán Covarrubias).

Me invitaron a hacer leer este diseño de Novasur y ver cómo aterrizar este programa finalmente en las escuelas. Como cuál era la trayectoria que tenía que hacer esta secuencia de conversaciones, de gestión que permitiría que una escuela finalmente fuera parte y tuviera la apertura necesaria para para recibir un programa de esta naturaleza. Ver cuáles eran los caminos institucionales que nos llevarían a llegar con buenos resultados en ese diseño. Después yo me fui quedando porque todo programa necesita una pieza de acompañamiento, seguimiento, monitoreo interno y también de evaluación (Germán Covarrubias).

Soy Beth Carmona, soy productora, programadora, de alguna forma gestora de proyectos y de producciones dedicadas a niños y adolescentes, así como tengo una carrera profesional que viene desde la televisión –pública, privada, nacional e internacional–, siempre mirando mucho más el contenido para niños y adolescentes (Beth Carmona).

Se trabajaba con los valores profesionales de una estación privada, no había injerencia política, había competencias profesionales, había condiciones de trabajo medias: se puede decir que eran muy adecuadas y se trataba a la gente muy bien. La gente se sentía orgullosa y feliz de estar trabajando. Se observaba también todo el aspecto social de quienes eran los trabajadores que está ahí estaban, había condiciones, había atención, había respeto (Beth Carmona).

Al mismo tiempo hubo como una combinación de profesionales, gran parte de ellos de dentro de la televisión, combinados con algunos productores o directores invitados colaborar y crear un producto para niños que fuera brasileño, hecho en Brasil por gente brasileña (Beth Carmona).

Soy Renzo Amado, soy comunicador audiovisual, me dediqué toda mi vida a niños y niñas, trabajé desde los dieciséis años en diferentes cosas, desde teatro porque fui actor supuestamente en un momento de mi vida, y de ahí trabajé un poco para el Ministerio de Educación sobre todo en las partes lúdicas de procesos educativos, y de ahí trabajé mucho tiempo para una empresa que se llama *Max Science* que hace ciencia para niños de forma divertida. Y hace dos años aproximadamente, muchas de las personas que formaron *Señal Colombia* y que estuvieron en *Señal Colombia* fueron contratadas para formar un canal cultural en el Perú, entre ellas estaba Marcela Benavides, estuvo Teresa, estuvo entre ellas Claudia Bautista, y bueno, el canal se formó muy rápido, fue una decisión gubernamental...Fue una decisión directamente de la presidencia, que pasó por el Ministerio de la Presidencia en ese entonces, pero fue una decisión del presidente Humala (Renzo Amado).

Cuando ella se fue yo pasé a dirigir un proyecto que se llamaba proyecto de Comunicación Cultural y Niñez y ya cambió no era solo de televisión infantil, si no, cultural y niñez, hicimos cosas de radio, y bueno, yo pasé a dirigir todo esto con otra persona y yo estaba ahí como Bueno, ya me quedé, chévere, de hecho yo estudié comunicación estando en la dirección de comunicaciones porque a mí me empezó como a gustar el tema de la comunicación vista como con el enfoque que tenía Germán y todo eso y entonces termine estudiando comunicación por eso, Germán Franco también lo tienes que tener de referencia, que es el que te digo, el que era director de comunicaciones y que ahora está en *Ático* porque él ha sido uno de los actores más formadores también; bueno, entonces yo me quedé ahí, y entonces Diana empezó el proceso para ser directora del canal porque el director que había se fue, y quedó como directora del canal, y al tiempo después ella me llama y me dice queremos que vengas acá a dirigir *Mi Señal*, y lo pensé unos días y acepté y me fui para allá, y pues bueno, ya en *Señal Colombia* llevo dos años (Sandra Téllez).

Hay una falencia enorme en las historias que le contamos a los niños y realmente la gente no sabe escribir, entonces yo estoy tratando de aprender, porque realmente me interesa escribir, es como que mi proyección es retirarme del mundo de la televisión y ponerme a escribir, entonces dentro de unos años me desaparezco ya de este mundillo de la televisión pública (Sandra Téllez).

Con cada uno de los entrevistados se conversó respecto de los **inicios de los proyectos**, destacando aquellos elementos que posibilitaron el desarrollo de experiencias exitosas y significativas. Beth Carmona se refirió a su paso por *TV Cultura* y el desarrollo de sus Programa *Castelo Rá Tim Bum*:

Entonces cuando de alguna forma esta dirección en este momento es invitada a hacer otra temporada de Vila Sésamo y este presidente, en este lugar, en esta institución y dice no gracias, no voy a comprar una licencia porque de alguna formal al contratar a una licencia había injerencia a los contenidos, dice vamos a tratar de buscar plata. Entonces en Sao Paulo, que siempre fue un estado más progresista, estaba la Federación de las Industrias que es muy fuerte, entonces hubo un concepto aplicado en televisión pública: donde la iniciativa privada se unió a la iniciativa pública para hacer un proyecto de beneficio de la sociedad. Había plata para un proyecto específico quería trabajar con primera infancia, de una forma inspirada tal vez lo que se hizo en Estados Unidos, pero de otra forma (Beth Carmona).

Sin nacionalismo, pero bastante importante porque salíamos un poco de la escuela de la Plaza Sésamo, que fue de gran importancia en todo el mundo, pero pasó y ya en esta época nosotros queríamos hacer algo que fuera distinto, a partir de lo que aprendimos, algo nuevo (Beth Carmona).

Primero hicimos *Castelo Rá Tim Bum* 1, pero todo el éxito se pasó con el Castillo, digo el éxito en términos de audiencia, porque entre *Rá Tim Bum* y *El Castillo Rá Tim Bum* hubo una reconstrucción de una televisión, una reconstrucción de una programación pública cultural. Antes se hacía televisión educativa y se hacía incluso clases en *TV Cultura*, primero *Vila Sésamo*, dentro lo que era el contenido curricular de un preescolar. Nosotros cuando hicimos *Rá Tim Bum* y principalmente *El Castillo [Rá Tim Bum]*, partimos con un enfoque constructivista, a partir de un modelo de educación con énfasis en el socio económico cultural se aplicaba. Donde se dice todo niño puede aprender algo, de alguna cosa (Beth Carmona).

No necesitamos enseñar los números, no necesitamos enseñar las letras, podemos propiciar otro tipo de vivencia, que le va a servir para la vida, para la escuela que sea. Entonces todos los contenidos como los conceptos: grande/pequeño, alto/bajo, 1,2,3 en *el Castillo [Rá Tim Bum]* ya no entraban. Al mismo tiempo la televisión también evolucionaba en su programación, conquistaba a los padres, había otros programas. Hicimos *El Mundo da Lua* que fue muy inspirador también para el *Castillo*, por haber un núcleo central donde hay una pequeña familia dentro de una villa, se salió un poco de la inspiración de *Vila Sésamo*. Fueron varios contenidos internacionales que encontramos muy buenos, tanto de *PBS*, como de *BBC* e incluso de Europa del Este donde comprábamos muchas series de animación o cortos muy artísticos (Beth Carmona).

Ida Iervese, actual encargada de la programación infantil de *TV Cultura* y *TV Rá Tim Bum* se refirió a los valores de servicio público que orientan a la emisora, aun cuando la señal infantil se transmite a través de la televisión de pago:

E hoje a dinâmica do conteúdo infantil para crianças na tv aberta e na tv, por assinatura diferente a *TV Rá Tim Bum* e a *TV Cultura*. Já a *TV Cultura* primeiro já adota desde o princípio pelo seu estatuto não ter publicidade infantil tem esse respeito já com o conteúdo que é colocado na grade disponível pra criança, então nunca foi exibido propaganda e publicidade infantil nos breaks da programação da *TV Cultura* e quando o *Rá Tim Bum* entrar no ar, está há 13 anos no ar sem publicidade infantil (Ida Iervese).

No porquê a *TV Rá Tim Bum* ela é de um segmento ela já trabalha no mercado de TV por assinatura é diferente de TV aberta, ne? Mesmo assim trabalhando no mercado no segmento de tv por assinatura a gente não tem receita comercial e não trabalha não comercial. Então a gente ainda continua segue sendo segmento, mas está como dentro do estatuto que a TV pública o respeito à criança o cuidado com o conteúdo e a não exibir publicidade, não incentivar o consumo excessivo, orientar sobre o que a gente, não vamos deixar de consumir. Mas consumir consciente, não ficar vendido há qualquer então talvez eu acho que os programas que a gente tenta colocar no ar é sempre uma reflexão (Ida Iervese).

Porque a gente não está lidando com a grande massa que a gente, não está falando com as coisas que estão ali não com a tv comercial, não só o caminho é mais difícil, mesmo assim é mais difícil para a TV Pública. A gente não busca audiência, fazendo um pouco mais difícil que se mantenha ali, produzindo, porque o canal tem até TV por assinatura. Então tem uma receita, mas não está dentro dos parâmetros da TV pública (Ida Iervese).

Renzo Amado comentó los inicios del Canal *IPé* y Sandra Téllez abordó su participación en *Mi Señal*, de *Señal Colombia*:

Yo soy el director de la franja infantil, así como hay un director de la franja juvenil y hay un director de la franja adulta ahora; y la parrilla cambia mucho porque en un año o dos años de esto, estamos experimentando mucho, conociendo al público, creando público, porque en verdad no existía público, los niños y niñas no tenían que ver en la televisión, porque más allá de que haya o no un canal infantil, contenidos infantiles en señal abierta o en señal de cable peruana, no existían hace diez años, entonces, más allá de que no haya un canal infantil, no hay oferta de programas infantiles peruanos, y lo que veían era efectivamente por tv cable o por Internet. Entonces justo cuando se formó el canal y se vio la línea editorial, se pensó sobre todo en trabajar programas muy peruanos, culturales más que educativos, además nos alejamos un poco de los programas curriculares educativos, para hacer más programas culturales que representen a los niños y niñas y sobre todo que se les escuche, porque eso no estaba pasando en el país y sentíamos que además era una necesidad, una necesidad porque ellos no tenían donde hablar, no tenían donde ser escuchados y muchas veces la escuela no era el mejor lugar, no sabemos si la televisión es el mejor lugar pero, y eso era lo que queríamos lograr, una cosa más permisible, es decir, que no tengamos la tensión de la escuela y de los medios, entonces lo que tratábamos era escuchemos sin juzgar o intentemos que se juzguen ellos mismos, que auto reflexionen de su propia opinión,

entonces, nosotros teníamos una necesidad muy grande de tratar de salir fuera del cable, que el cable es algo que todavía no está en todo el Perú (Renzo Amado).

Y luego, a unos seis meses o siete meses de empezar ya a hacer una programación infantil más completa, es decir, más programas en TV-Perú, que es el canal del Estado, el canal público con mayor difusión, es uno de los canales con mayor penetración a nivel nacional, es decir, si tienes un canal en tu televisor, es ese, es un canal que tuvo mucha inversión, a través de donaciones extranjeras, y tuvimos la suerte de que el canal vio lo que hacíamos y nos dijo ok, vamos a poner en TV-Perú una franja infantil (Renzo Amado).

Bueno, yo empecé en televisión infantil en el ministerio de cultura, el cual tiene una división muy importante que se llama la dirección de comunicaciones; esa dirección de comunicaciones liderada en ese momento por (No se alcanza a entender) Franco, me interesó mucho el tema de los contenidos que se estaban produciendo para los niños, y coincidió con que en ese momento en el canal, en *Señal Colombia*, estaba como productora delegada Marcela Benavides y como productora Diana Díaz, que ahora es la directora del canal (Sandra Téllez).

En el ministerio yo duré seis años, cuando yo llegué a *Señal Colombia* llegué a trabajar con Teresa Loa y ella estaba en el proyecto de televisión y cultura que fue donde nació *La Lleva* y la investigación *De ocho a diez* (Sandra Téllez).

Entonces, cuando yo entré al ministerio fue la primera convocatoria de televisión infantil que hizo la CNTV, entonces en la dirección de comunicaciones hice mucho el seguimiento, entonces el Ministerio de Cultura tiene toda una estructura de estímulos, y dan premios, becas, residencias cada año en todos los temas que tienen que ver con cultura, entonces como ellos ya tenían todo ese aprendizaje y además la capacidad técnica de hacerlo, la CNTV dijo Listo, yo doy la plata y ustedes sacan la convocatoria, y esa fue una de las convocatorias más grandes que se hicieron (Sandra Téllez).

Germán Covarrubias comentó los inicios de gestión de Novasur, señalando la tensión entre el área de contenidos y la de operaciones que buscaba vincular la televisión con el quehacer escolar:

El Programa comenzó en regiones, no en Santiago por esto la descentralización y porque se entendía que en Santiago estaban los recursos y no en regiones. En ese tiempo el Ministerio de Educación contrató televisión satelital para todas las escuelas interculturales bilingües [Proyecto Orígenes]. Bueno el ministerio pago uno o dos años y luego se cortaron, excepto algunas pocas que nunca le cortaron la señal y son atendidas por el proyecto Escuela Plus (Germán Covarrubias).

El Programa tenía una tensión entre lo que llamábamos Operaciones, que era la parte que yo terminé dirigiendo, y Contenidos, que eran muy exigentes. Yo siempre consideré que era estratégico devolver por la pantalla lo que los profesores hacían en términos de producción audiovisual. Era estratégico, porque eso iba a enganchar más y había unas ciertas reticencias que no

superamos como equipo... es que, si teníamos un contenido producido por una gran productora y un vídeo producido por una escuela, en realidad es una asimetría tremenda, así que es difícil de procesar (Germán Covarrubias).

Era difícil de resolver eso, no era imposible, requería recursos, pero también voluntad política. Y ahí se produjo, diría yo, una tensión en el equipo y era que los de Operaciones siempre queríamos crecer, no sólo sumando escuelas y regiones, sino coordinadores. Era una pelea que tenía todos los años cuando yo decía bueno que este año necesita tres coordinadores regionales más. Otra parte del Programa pensaba mejor invirtamos a plata en los contenidos, esa era una tensión. Pero todo lo que se creció en el programa tú se lo puedes atribuir al área de Operaciones. Nosotros teníamos esta cosa un poco más aventurera (Germán Covarrubias).

Y yo siento que eso se resolvió finalmente de una manera bastante fluida, así que se llegó a desarrollar un sistema de trabajo, con el equipo de gente que era además muy conocedora de su territorio y de su cultura. Y que tenía esa capacidad y esa sensibilidad de desarrollar una forma para trabajar agregando las escuelas desde distintas formas: unas regiones por microcentro, otras por comunas, otras por provincia, en fin, haciendo un dibujo, un trabajo bien estratégico. El trabajo de los Coordinadores Regionales no era de un ejecutor, era la pega de una estrategia: cómo llegar y bien atender a esas escuelas (Germán Covarrubias).

Otro ámbito abordado con los entrevistados fue la **construcción de sus parrillas programáticas**. Amado y Téllez relataron dicho proceso en *IPé* y en *Mi Señal*, ambas franjas de canales generalistas, con las dificultades y restricciones que ello supone, tanto para la destacada trayectoria de *Mi señal*, que cumple 10 años, como para la nueva *IPé*:

Entonces, hicieron el canal cultural, creo que lo hicieron alrededor de ocho meses y siguieron el modelo de *Señal Colombia*, y trabajamos en realidad muy poco, en el sentido de que trabajamos para hacer un determinado programa que era con el que íbamos a lanzar la señal, una rama infantil y una rama juvenil, este era el que yo conté ayer que era *Casa Aventuras*. Cuando se abrió el canal, trajeron una propuesta de programas. A mí me odiaban porque cuando me contrataron no me gustó ninguna propuesta, porque sentía que todavía no era como el momento, entonces reestructuramos todo e hicimos *Casa Aventuras*, y Claudia Bautista fue quien corrigió algunas cosas del programa y al final fue el que se hizo, y a partir de ahí, nosotros tenemos el canal que es por señal de cable, y la parrilla se divide más o menos, nosotros partimos como a las seis de la mañana y terminamos como a la una de la tarde con la franja infantil, luego empieza como de tres a cinco, y se acabó, porque entre esas franjas está la juvenil, igual esto cambia constantemente (Renzo Amado).

Y a mí lo que me pasa es que yo no puedo abrir un canal infantil, no tengo como llenar un canal infantil. A Colombia le ha costado diez años el diseño de producción no porque no se pueda hacer, si no, que no tengo materiales y tendría que tener mucho dinero para comprarlos o tener mucho dinero para

producir mucho, entonces en el canal infantil estamos tratando de llenar y ver si se puede ampliar la franja infantil y así sucesivamente. Y lo que si ya empezamos ya este año es empezar a hablar un poco con el Ministerio de Cultura, voy a tener una reunión personal con el Ministerio de Cultura, y quiero que sea un poco lo que ustedes hacen, que tiremos un cable entre la televisión pública infantil, el Ministerio de Cultura y el Ministerio de Educación y empezamos a crear productos que tengan que ver con el desarrollo de los niños y niñas dentro del colegio a través de lo audiovisual, es un reto, pero hay que hacerlo, y yo creo que, desde i punto de vista, que es una responsabilidad del Ministerio de Cultura y Educación, no mía como canal, porque yo soy un medio, te ofrezco el producto, pero todo el tejido debería ser del Ministerio de Educación, entonces estamos ahí, en el proceso de negociaciones (Renzo Amado).

Yo produzco una hora diaria, entonces en TV-Perú, por ejemplo, de lunes a sábado; es que el sábado se hace un especial de lo que vimos del mes, entonces no cuenta, y producimos programas muy cortos, y funciona eso, además, algo así también como en *YouTube* ves programas de cinco o tres minutos. También es que tenemos que repetirlo todo varias veces para que lo escojan. Claro, lo que nosotros estamos haciendo, es como un bloque dentro del bloque, entonces *Kaboom* va de tres a tres y media (Renzo Amado).

Mi Señal ya lleva diez años y resulta que nosotros no tenemos un canal, tenemos la franja, y hemos estado tratando de tener esa señal pública solo para los niños y resulta que no pudimos, cuando RTN saca un canal infantil, nuestra reacción fue No puede ser RTN. El canal de ellos se llama *Tacho Pistacho*, está en señal abierta, le llega a toda Colombia, pero entonces son todas viejeras más baratas, el Chavo y cosas así, obviamente tiene lógica comercial y aparte de eso tiene todo un impulso desde mercadeo, entonces cuando iba a salir dijimos, Todo el esfuerzo que hemos hecho y ahora los niños van a tener un canal comercial solo para ellos. Entonces dijimos bueno, vamos a tratar de hacer mucha fuerza a los diez años de *Mi señal* que ni siquiera habíamos pensado cuantos años cumplíamos, no habíamos hecho como la reflexión, y nos pusimos a hacer la retrospectiva (Sandra Téllez).

No sé si tenga que ver con que producir contenidos propios para adultos es más complicado, no sé bien, pero en *Señal Colombia* hay tres franjas que son muy importantes, la infantil, la de ficción, que es donde tenemos *En Cine nos vemos*, que es a las diez de la noche pase lo que pase, que muchas veces es una película colombiana, aunque también hemos tenido otras películas que son comerciales ahí y súper bien. Entonces esa es una de las franjas más importantes, y la otra es la franja documental, esa franja empieza a las siete de la noche, cuando y va hasta las diez de la noche que es cuando empieza *En Cine nos vemos* y los fines de semana también es muy fuerte, en el módulo de *Mi Señal* tenemos una película a las doce del día y otra familiar que se repite a las cuatro de la tarde (Sandra Téllez).

Claro, y yo les decía que el tema de que *Mi Señal* se apague cuando entran los otros módulos (por deportes u otros contenidos) es muy difícil para los niños.

Entonces, en fin, esa es la división, y nosotros que hemos hecho, pues organizar la parrilla como para que sea predecible, como para poder hacer una correspondencia con las rutinas, con lo que pase también en los colegios, entonces nosotros tenemos algunos contenidos que tienen guías de uso también (Sandra Téllez).

Entonces la gente empezó también a comparar, a mirar lo que se estaba haciendo afuera y empezó a crecer la programación, entonces, no sé qué habrá pasado en *Señal Colombia*, pero empezó a crecer como el tiempo que se le que se le daba a los niños, yo no sé si era porque se dieron cuenta que la gente veía más el canal porque los niños sabían que ya existía más programación para ellos, realmente no sé, cuando yo llegué como hace dos años, ya estaba la programación desde las seis de la mañana hasta las seis de la tarde, es mucho tiempo (Sandra Téllez).

Porque, produce el contenido todos los días, o sea, nosotros producimos series desde el área de producción que son diez al año, pero que en todo el proceso dura un año y es una cosa lenta, pues, entonces digamos que es un proceso un poco más lento de producción de las series (Sandra Téllez).

Valeria Dotro comentó cómo se armaba la parrilla programática de *Pakapaka*, que pasó de ser una franja a un canal independiente, con una audiencia amplia de niños entre los 2 y los 12 años:

De hecho, cuando se empezó a pensar la franja para los más chiquitos nosotros cuando trabajamos siempre con el Ministerio, la división de los contenidos en ejes no fue como en esos ámbitos curriculares (matemáticas, ciencias), sino que había unas ramas: Vida cotidiana, Juegos y juguetes, Arte y música, Entornos sociales y culturales, Cuentos, Leyendas y palabras y Vínculos. Llamar a esos esos ejes distintos, ya implicaba acercarse de una manera distinta a los contenidos. Porque dentro de Vida cotidiana donde podían encontrarse temas de las ciencias sociales y los ejes del crecimiento, del desarrollo, etc. En los Entornos sociales y culturales cuestiones que tuvieran que ver con conocer por lugares, pero entrándole por otro lado, por algo que a ellos les parezca cercano, desde el juego, desde el humor. Otro eje era Cuentos, leyendas y palabras, entonces ahí entraban contenidos de literatura, pero también entraban otras cosas (Valeria Dotro).

Pensando que, a los niños, les gustan los colores, la música, pero sobre todo el principio hubo una apuesta por mostrar otras estéticas y otros ritmos con apostar a tener un ritmo más lento y no por eso los niños se iban a aburrir. Tampoco es que todo fuera lento. También hay otras estéticas distintas a lo comercial que a lo mejor no conocían. Entonces se aportó mucho en esta cuestión de acercarles una alternativa (Valeria Dotro).

Nosotros teníamos un rango de edad imposible, de 2 a 12 años, muy amplio. Lo que pasa es que al ser del Ministerio de Educación se suponía que todo entraba en Educación primaria y en Educación Inicial había que ponerlo. Pero hacía muchos años que ya sabíamos que teníamos chicos viéndonos como mucho

hasta 10 años. Entonces en 2015 estábamos armando una web nueva sólo para chicos de 10 a 12 años donde pensábamos poner algunos programas que ya teníamos de 10 a 12 y empezar a producir formatos cortitos solo para ellos. Pero la nueva gestión no quiso y dejaron inconcluso ese proyecto y dijeron que el canal tenía que hacerse para toda la familia (Valeria Dotro).

Ida lervese comento acerca de los bloques de programación de TV Rá Rim Bum, a partir de las franjas etarias de sus audiencias:

Tem os blocos, sim. Então algumas produções nossas produzidas para a *TV Rá Tim Bum* depois de algum tempo entra na *TV Cultura*, *O Quintal da cultura* por exemplo é exibido é na *TV Cultura*, mas também na *TV Rá Tim Bum*, em horários diferentes (Ida lervese).

A gente sempre tenta trabalhar o os temas de formas diferentes nunca que chama de escola, de tudo. *Castelo [Rá Tim Bum]*, *Mundo da Lua*, *Cocoricó*, então a gente tem que seguir o caminho, né? fazer daí para melhor. E a gente tem trazido muito a criança pra falar ela mesmo ali, o que ela pensa no *Pratinho da Iaia*. Ela também falou sobre o que ela está achando, é uma conversa. Tem uma conversa com alquimista ali e ela não tem roteiro, ela é convidada e ela vai conversando e ela fala. No *Yoga com histórias*, que é o programa as crianças praticam yoga com os familiares, pode ser irmão, tio, a mãe, e a gente percebeu que as crianças os assistindo, mandou foto e vídeos pra gente, fazendo, assistindo televisão e assim como é que a gente usa as mídias. Não pode só demonizar tem que saber fazer uso disso (Ida lervese).

TV por assinatura, es só a plataforma mais. *TV Rá Tim Bum* com certeza O que a gente está fazendo com o *Repórter Rá Tim Bum* em outro programa que está agora desenvolvendo é trabalhar essa audiência um pouco mais estendida ali dos; 7, 8,9 anos. Porque a gente percebe que depois contar com dez anos em 9, 10 anos ela já migro para os outros canais, para outro tipo de conteúdo. Então a gente sabe que dos 2 a 6 anos, a gente fala com essa criança e a gente tem o retorno do pai, da mãe que manda e mail, da criança que assiste. É outro programa também que é sucesso no canal e ela estava fazendo um espetáculo no teatro as crianças foram ver. Então essa faixa etária a gente sabe que a gente se comunica. Então o desafio agora é conversar com essa com essa outra faixa etária aí que já está migrando. Então Repórter atirou, por exemplo, a gente acreditar neles é que é 7 e mais anos (Ida lervese).

Mariana Loterszpiel se refirió al **financiamiento** inicial de *Pakapaka* y las vicisitudes que supuso el cambio de escenario político, tema que también tocó Renzo Amado respecto de *IPé* y su dependencia de la Presidencia de Perú:

En cuanto a *Pakapaka* hacíamos malabares también, pero en otro sentido porque, porque nos daban un presupuesto de 23 millones que era mío necesito 35, no, toma 23 y yo repartía todo para acá, para acá, acá, acá vamos a hacer dos series más caras acá vamos a hacer tres series no tan caras que vamos a hacer cinco series baratas (Mariana Loterszpiel).

Entonces qué pasa tuvimos 8 años, pero no por la plata que había porque, era realmente un servicio público lo que estábamos haciendo no había ninguna bajada de línea de nadie de decirnos nada o sea yo sé que esto confían en nosotros tratando llamaban mostrábamos sí pero decir que tocamos que justo estábamos Cielo y yo que somos personas más o menos responsables porque aparte Cielo viene también con un *background* de Derechos de niños que viene de otro lugar también y su televisión dura, pero yo veía más de la televisión y juntamos un poco esas dos cabezas y estuvimos como amasando lo que después salió, con un equipo genial, Vale se incorpora después éramos un equipo lindo (Mariana Loterszpiel).

La operación de cambio mucho o sea en su momento nosotros empezamos con treinta y pico de millones de pesos en el 2010 que era mucho después el último año creo que tenía entre 15 y 20 millones de pesos te estoy hablando del 2012 hoy eso tenés que multiplicarlo creo por lo menos por el 200% o 300% o sea no sé (Mariana Loterszpiel).

Sí, seguimos dependiendo de Presidencia, igual, no entramos en la onda política, seguimos siendo únicos, pero tiene momentos, épocas, entonces creo que nuestra responsabilidad en este poco tiempo es también formar, entonces, en el gran mapa lo que queremos hacer y siguiendo la línea editorial, es que es lo que tenemos que hacer para que por primera vez se haya hecho y en todos los demás que vengan haya un precedente digamos, entonces este año decidimos hacer la primera ficción que es este programa que has visto que se llama *Había tal vez* que es este hombre disfrazado, que es muy complicado, es un programa que empieza con ficción y allá se va a animación, o sea, la forma de contar, es cinematográfica, el lenguaje, el ritmo, es cinematográfico. Se llama *Había tal vez* y no queríamos para nada, queríamos probar justo, la chamba esta experimental, porque tú tienes por ejemplo la opción de *Nickelodeon*, y nos arriesgamos (Renzo Amado).

Deberíamos empezar a tener el próximo año [presupuesto propio] lo cual nos hace sufrir muchas veces porque dependemos de la voluntad, entonces dentro de esta cantidad de cosas está *IPé*, e *IPé* apostaba por hacer televisión cultural más enfocada a niños y niñas y a jóvenes, y nos dimos cuenta a lo largo del año pasado que era necesario entrar en un público más adulto de una forma distinta, un poco más joven digamos, para esos adultos que se sienten más jóvenes, luego de esto se creó una franja dentro de TV-Perú que va de tres a cinco de la tarde, en la cual nos va muy bien (Renzo Amado).

Mariana Loterszpiel señaló respecto de **Producción de contenidos** algunas de las estrategias desarrolladas en *Pakapaka* como la licitación y capacitación de nuevas productoras para la producción de contenidos infantiles:

Las productoras que hacían publicidad sentaba y decía mira tenemos la posibilidad que te presentes a hacer una serie, tenés trabajo por un año, más o menos, no te vas a llenar de oro, pero al final del camino tuviste experiencia en hacer una serie, tienes contenido que nosotros te vamos a ayudar y yo vamos a guiar y de digamos ganancias en otro lado seguí haciendo publicidad y

vendiendo papel higiénico y ese trabajo fue el que hicimos al principio para empezar a generar de alguna manera el pequeñísimo mercado industrial digamos animación. Fue toda una escuela (Mariana Loterszpiel).

Es el mismo formato que tenían en *Canal Encuentro*, a través de licitaciones y, en algunos casos, contrataciones de proyectos. Se tercerizaba a otras empresas productoras que son las dedicadas a la realización. Hay algunas producciones locales pequeñas que se hacen directamente, pero no de animación. por ejemplo. Si algunos programas *de piso* con personajes se los hacía de manera interna, pero en general se llamaba a una licitación. Son proyectos que surgen del canal el interés, la necesidad de hacer tal o cual proyecto y lo licitamos. Otras veces son proyectos que llegan. En ese momento teníamos reuniones mensuales o bimensuales con las áreas: de contenidos, artística y la del área de desarrollo de proyectos revisando proyectos que llegaban y cuando había alguno que sentíamos que era interesante se buscaba la forma de contratación, porque el tema también es que porque por ser el canal público, las contrataciones son posibles hasta determinados montos, pero sobre ese monto tiene que ser vía licitación. Entonces cuando era una contratación era porque llegaba un proyecto que estaba en todos los puntos permitidos y que nos interesaba mucho (Valeria Dotro).

Renzo Amado destacó aspectos como el desarrollo progresivo de contenidos en *IPé*, destacando que en su segundo año el canal pone al aire su primera animación, desarrollada con una productora privada:

Lo que nosotros estamos haciendo al formar el canal es decir, miren chicos, si van a hacer ficción el próximo año, no vayan por acá, porque lo que quieres es también crear también industria de calidad, entonces no puedes avanzar sin haber hecho ficción y haber hecho un monito y decir ahora ponte tú a hacerlo, entonces hay que hacer precedentes, entonces hicimos la primera ficción, ahora hicimos la primera serie de animación y también hicimos la primera serie de *stop motion* y Mariana Hidalgo [TVN] la quiere entonces estoy muy feliz por eso (Renzo Amado).

Terminamos de producir, *Martina y Rigoberto*, que como les contaba ayer un poquito la idea de insertar a los niños en etapa escolar, es la única serie que está pensada para que tenga una vida fuera de la televisión. Quiero tener un Instagram de Martina, un Instagram de Rigoberto, ver lo que pasa con la familia de Rigoberto luego con un *spin off*, entonces la idea era crear estos dos personajes que se identifican mucho con los niños y niñas del Perú y tocar otras áreas ya de su vida a través ya del transmedia, ya hemos hecho hartos programas, hacemos temporadas, algunos programas que funcionan muy bien y que son muy baratos tratamos de hacer la mayor cantidad posible, por ejemplo, Maguaré, que es la señal digital de Internet de Colombia quería por ejemplo comprar *Hazlo en casa*, es un programa chiquitín, pero hemos hecho como 72 creo, que es muy divertido porque es un niño y un adulto haciendo manualidades. Y en el rating nos fue muy bien, y es como súper didáctico (Renzo Amado).

Es la primera coproducción que hacemos con Ciudad Jardín de Poligrama, que es una empresa. Entonces, en este caso, porque, no es algo establecido todavía, en este caso se dio en 60:40, 60 ponía el canal, 40 ellos, pero no sabemos si el próximo año esa cifra se mueva. Entonces esta también ha sido como la primera vez, pero la gente se enteró, y ahora todos quieren coproducir, y yo digo ya bacán, pero no tengo nada listo todavía, esto fue una experimentación, entonces tenemos como que entretener entre estos meses y como que ya la cuestión pública, las bases y todo, para que sea todo transparente y leal. En el Perú todavía no hay tantas empresas productoras y todavía lo que pasa que cuando hay una convocatoria de televisión infantil, todos son monitos, el 90% (Renzo Amado).

Sandra Téllez se refirió a los contenidos más destacados de *Mi Señal* y cómo se fortaleció la programación a través de mecanismos de capacitación, financiamiento y seguimiento de las producciones:

Y claro, hay contenidos que son anteriores a *La Lleva*, de hecho, yo trabajé en uno cuando empecé en televisión que se llamaba *FlotaNautas* que era una idea de hacer un tejido dentro de la franja con unas capsulas pequeñas que además financiaba el Ministerio de Educación y acá habían unas señoras con mucha experiencia, que habían hecho cosas importantes en el sentido de que ellas llevaron a personas a estos foros de televisión infantil que fueron financiadas por la CNTV, fueron las pioneras en llevar gente internacional (Sandra Téllez).

Yo aparecí en el panorama en el año 2010 cuando ellos ya llevaban un recorrido, ya se había hecho todo el desarrollo, se había grabado *La Lleva*, la primera temporada y con esta ocurrieron cosas muy lindas, ya que a Germán Franco del Ministerio de Cultura se le ocurrió cómo hacer para generar un programa que sea divertido en ese momento y que sea cultural, donde los niños realmente se vean y sea un intercambio cultural. Fue muy chévere porque en ese momento entonces llamaron a casas productoras para que presentaran ideas que tuvieran que ver con ese concepto, entonces fue cuando apareció Claudia González que era la directora, y bueno, otras personas, y bueno, entonces hizo *La Lleva* y fue muy chévere porque fue un ejercicio también de alianzas, entonces ahí estaba el Ministerio de Cultura, *Señal Colombia*, Canal Trece, que es otro canal público regional y Ático de la universidad (No se alcanza a entender), entonces todos ellos se reunieron, hicieron la primera temporada, entonces fue muy chévere, ustedes ya conocen el formato (Sandra Téllez).

Por tres años, convocó producción de series de televisión, se convocó a los canales regionales para que hicieran también series, y se le dieron cinco premios y eso era como *jwow!*, o sea, son trece canales, pues será muy posible que alguien se quede con el estímulo, los siguientes años se volvió a hacer, hicimos unas modificaciones y creamos la beca de desarrollo que fue muy importante, porque nos dábamos cuenta de que la gente tenía buenas ideas pero no estaban preparadas para producirlas, entonces teníamos que hacer algo para que más bien tuvieran un tiempo para desarrollar la idea, investigar y para hacer un piloto (Sandra Téllez).

Al mismo tiempo, en *Señal Colombia* se empezó con el mercado de coproducción que debe llevar como nueve años, y el mercado de coproducción fue un impulso grandísimo para la gente del sector, entonces si tú ya tienes tu desarrollo o tú ya habías hecho algo de serie con la beca del Ministerio de Cultura pues ya era mucho más fácil decirle a *Señal Colombia* Mira tengo el 30% o El 40%, sigamos adelante, de ahí salieron series como *Micro Polis*, *Kamusi*, *Kamusi*, *Pipo mi amigo imaginario*. De esas becas del Ministerio de Cultura también salió *El Mundo animal* de Max Rodríguez, *Asquerosamente rico*, *Lolalá*, *Don Quijote de la Láctea*. Yo creo que hay un 60% de series que han salido de ahí y luego han hecho mercado de coproducción y se han consolidado como series bandera de *Señal Colombia* (Sandra Téllez).

Esas convocatorias, impulsaron mucho la producción y la cualificación del sector porque no eran las asesorías solas, si no, que nosotros les poníamos un tutor a todas las series para que los acompañaran durante todo el proceso, tuvimos a Cristián Freire como tutor, que es un animador chileno que es genial, gente también de Colombia que empezó a asesorar; y durante todo el proceso, entonces era muy chévere porque la gente aprendía mucho (Sandra Téllez).

Las convocatorias cuando yo llegué estaban en plena publicación *De ocho a diez* que fue la investigación que se hizo para que saliera *La Lleva*. Estaba *De Ocho a diez* y estaban haciendo las primeras convocatorias, que en la primera versión entregó mucho, mi contrato en ese momento era de ocho meses mientras consigo otra cosa, porque lo que a mí me gusta mucho es producir, y pues me quedé seis años, claro, porque después me empecé a interesar por el tema infantil, luego Tere quedó embarazada y se fue y pasó a ser productora delegada de *Señal Colombia*, ese es como el paso, casi todos los que hemos estado en el Ministerio de Cultura luego somos productores delegados porque son unos procesos muy parecidos, y entonces ella se fue y llegó Diana Díaz, y cuando llegó ella al proyecto, Germán también se había ido a Ático; llegó otro director, y nosotras con Diana hicimos también cosas muy chéveres (Sandra Téllez).

Otro aspecto tratado con los entrevistados fueron los contenidos más destacados y simbólicos de sus señales. Ida Iervese y Valeria Dotro se refirieron a los noticieros *Repórter Rá Tim Bum* de TV *Rá Tim Bum* y *Alta Noticia* de *Pakapaka*, ambas basadas en el formato de WADADA:

[Respecto del Noticiero *Rá Tim Bum*] Es para sete anos e mais, porque a linguagem. A gente anunciou como jornalístico para crianças, porque a gente trazia as matérias de outros países. Temos uma âncora *teen*. So que eu prefiro chamar como Jan Willem Bult fala, notícias para a criança. E aí a gente teve várias a gente é pôde assistir várias crianças do mundo (Ida Iervese).

A Natalia que a âncora, a ancora *teen*. Ela vem só pontuar, ela e uma garota que começou com a gente agora com 19 anos agora está com 21 anos, mas parece bem mais nova e ela só vem pontuar de onde vemos as matérias e os quadros e as crianças. Então tem matérias que são mais produzidas. Porque as crianças têm mais, outras não, então acho que é isso não tem a pretensão de

se tornar um super produto na televisão, mas sim de é explorar essas culturas y essas infâncias (Ida lervese).

Sim me perguntaram também que quando agora dada por conta da estreia na TV aberta é se eu achava que ia ter público o programa desde a grade aberta com o intuito de seu noticiário para a criança? e disse que o que que a intenção era justamente o pai o filho a família todo mundo pudesse ali sentar num momento no final do domingo ai na tarde e ouvir outras crianças falarem. A quem chama de audiência compartilhada né o que você tá todo mundo ali sentado assistindo. O hábito, então, que o hábito que temos a televisão, mas a televisão ainda mas tinha cinco pessoas assistindo a mesma coisa, hoje todo mundo está no seu celular assistindo sozinho, então também é um exercício. A gente manda o *email* com entrevista para criança que participou do programa olha o seu programa vai pôr ar em tal dia, ela vai se sentar com a família para assistir ela falando (Ida lervese).

Uno de últimos los productos que se hicieron nuevos es un Noticiero [Alta Noticia] que no es para los más chicos. Es como una mezcla rara, porque es medio para preadolescentes, pero bueno. Primero, sabemos que los chicos de más de 10 años no nos miran y ese formato los niños de 8 o 9 años no lo miran. Y bueno, un pibe de más de 10 años ya mira el noticiero común, se informa por otros lados. En realidad, no es noticiero, es una vez por semana, no es en vivo, entonces no es un noticiero. En general las notas están lindas porque las trabajan mucho desde la mirada *Pakapaka*, pero no concordaban mucho con ese piso, con esa estructura (Valeria Dotro).

Este formato que es de Jan Wilhem, holandés que hace cosas muy lindas en documental y tienen un formato WADADA de noticieros, más para adolescentes 15 a 18, pero ese formato hace capacitaciones con la gente de los canales, la gente de los canales tiene que usar ese formato y todas las notas van a un banco para WADADA. En Holanda ese formato es muy fuerte, uno de los programas más vistos. Hay en Bolivia, en México, acá para Alta Noticia vinieron, hicieron una capacitación, pero *Pakapaka* no entró en el formato exacto, pero toma mucho. Porque la idea de esto es un noticiero para chicos, aunque el de Holanda es para más adolescentes 15 a 18, es otro público. Yo igual creo que es un formato para más grandes, pero de todos estos ninguno es diario, creo que el holandés sí. Son más informativos, con conductores que tienen como 18 o 19 años, con temas muy dispares, ¿viste? (Valeria Dotro).

Por lo menos el de *Pakapaka* el noticiero [Alta Noticia] no tiene ninguna repercusión en audiencia (Valeria Dotro).

Ida lervese destacou el programa *Pratinho da Iaia*. Estrenado en abril de 2018 el espacio busca rescatar la cocina como un lugar de reunión, mágico, que permite conocer de donde viene la comida y el valor de compartirla:

Sempre digo a gente agora vai estreiar dia 7 de abril a gente estreia um novo programa que chama *Pratinho da Iaia* que a gente queria falar sobre a comida porque tá que as crianças estão falando muito sobre isso essa coisa dois *mini*

chefs. Como tinha esse movimento das crianças com interesse em aprender a cozinhar e a mídia muito em cima disso e eu assisti vários programas dos direcionadas à criança que me assustou um pouco assim a pressão que era colocada na criança ter que saber cozinhar, na pressão da competição (Ida lervese).

Mas pode mexer no nas ferramentas, eles podem aprender mesmo com tudo isso crianças. Masque me incomodava era a pressão a competição a cozinha, num ambiente de competição, de profissionalismo de já muito antecipado. E aí a gente trouxe o *Pratinho da Iaia* trazendo de novo a cozinha como um espaço encantado. De cultura da Iaia, ela é uma alquimista que tem os poderes de fazer essas misturas com os alimentos e despertar poderes: amizade, amor, solidariedade. Ela é uma cantora compositora brasileira conhecidas já aqui no meio da música e ela compôs uma música para cada programa, compôs a música de abertura então tem um momento que ela canta com as crianças. Ela cozinha falando sobre esse sentimento: da solidariedade eles vão fazer um creme de abóbora que eles vão comer vai sobrar o creme de abóbora, e eles vão distribuir, a compartilhar com as pessoas que têm fome que estão ali no entorno deles ne? (Ida lervese).

Nem longe não vamos sair vamos compartilhar para quem mora aqui perto e quer é então é comida faz isso. E o bolo, fazer um bolo aí a gente conta a história que o bolo é um símbolo da amizade. Quando faz um bolo, você não come bolo sozinho, né? Você tem que compartilhar aquele bolo, você está com os amigos e canta parabéns, tem um bolo para celebrar, você está celebrando com as pessoas em volta então é a amizade, o poder da amizade tem o poder do afeto. Então cada culinária do dia é a preparação da culinária vai despertar o poder. Um dia ela faz um sushi que ela desperta o poder da coragem, e sushi é uma comida de outro país tem que ter coragem e aprender fazer, e vamos fazer juntos vão aprender a fazer, vamos fazer juntos o sushi corajoso. Ela fala e cada música criada para o programa. E a cozinha lugar es um encantado, as crianças entram por um túnel, elas não tem contato com o equipe, elas bem aqui elas não vê câmera nada, elas já entra num elas são levadas pela produção por uma porta que dá num túnel encantado que elas atravessam esse túnel e chegam na cozinha e são recebidas pela alquimista, então as sensações já vão sendo aguçadas ali (Ida lervese).

A cozinha precisa ser um lugar aconchegante em que você vai aprender em as coisas, vai desde a autonomia, vai ser longo e a gente espera poder é importante aprender sim, mas de uma forma mais tranquila, sem pressão, sem obrigação. Porque a criança sente essa obrigação, ela tem que aprender porque é importante para ela e aprender a misturar os elementos que a natureza dá, que a gente agradece também isso. Quem planto, quem carrego, então ela chega e bate consciência de onde as coisas vêm, de onde a água vem, de onde que aquela a mandioca vem. Ter mais consciência, não é a obrigação de ser um chef de cozinha. Quando você busca a referência do alquimista sempre ligado ao homem, não a mulher, então traz a mulher com as referências indígenas e africanas, que é que todo mundo já há uma fada é uma bruxa, não ela e uma

alquimista. Porque ela tem esse poder de transmutar as coisas. E coisas com essa raiz Brasileira que a gente tem a cultura africana e indígena muito presente já para trazer as crianças. Sempre conversam com ela sobre todos esses temas sobre o amor, a amizade, afeto, solidariedade, autonomia, à força. Então debatendo conversando, enquanto cozinando e escuchando música, cantam juntos, então a cozinha é um ambiente acolhedor... a criança está interessada nisso está interesada em aprender a cozinhar agora pode ser isso de uma outra forma recuperar a mágica exatamente, o encantamento (Ida Iervese).

Uno de los programas más comentados por los entrevistados y que fue considerado como un hito y un aporte fue *Zamba*. Daniel Leite y Germán Calvi destacaron el tratamiento de los temas de historia reciente que hacía el programa. Valeria Dotro señaló que *Zamba* se convirtió en un símbolo del gobierno anterior, por lo que hoy se trata de un contenido polémico que no es bienvenido en la pantalla:

Pero claro yo creo que por ejemplo los canales que traen otros aspectos más humanos de la Historia, como *Pakapaka* con *Zamba*, que habla de la dictadura. Es maravilloso para que los niños conozcan. Es un tema que hay que debatir, aunque no sea el tema tan polémico, yo creo que el tema de la dictadura en una sociedad democrática, asumidamente democrática, el tema de la dictadura se debe debatir muy tranquilamente. Pero cómo contarlo para niños hay que cuidarlo porque tampoco es la idea es traer visiones de un lado y de otro, pero yo veo que para niños no hace falta que sea tan profundo, pero sí para jóvenes (Daniel Leite).

Por ejemplo, en Argentina el fenómeno *Zamba* la verdad fue una caricia para el alma. Porque ven ahí una mirada del revisionismo histórico encarnada, con una identificación muy fuerte por parte de los niños. Mi papá llevó a todos sus nietos a ver el musical de *Zamba*. Él toda su vida fue un Sanmartiniano y elegir estar ahí disfrutando *Zamba* y verlo en un canal público y verlo en una obra gratuita. La verdad fue reparadora en un sentido identitario. Eso para mí son las grandes externalidades positivas que tiene este proceso. Qué son además revelaciones brutales, porque podrían no haber logrado esos resultados. Pero lo mismo que te decía con la calidad, nosotros tuvimos series que se programaron en Netflix, en Direct TV candidatas al *EMMY*. Ya está, hay calidad y se puede producir con las corporaciones (Germán Calvi).

Zamba es sin duda uno de los hitos de *Pakapaka*, si no es el más grande. Bueno surge cuando *Pakapaka* era una franja de *Canal Encuentro* porque el 2010 llegaba el Bicentenario de la revolución de mayo, centenario de la creación de la nación argentina y entonces había que hay que hacer algo de historia. Entonces se convocó a la productora El Perro en la luna, la casa productora que hacía muchos de los programas de historia para *Encuentro*. En realidad, ellos dijeron bueno pensemos algo distinto, pensemos un dibujito animado y ellos trajeron la propuesta de personaje. Fueron cuatro capítulos que contaban la revolución de mayo, sólo eso. Luego se empezaron a hacer para otras efemérides el año siguiente en Fiestas Patrias, el 9 de julio, el Día del maestro. Bueno, esto sale al aire el 25 de mayo de 2010 en el *Canal Encuentro* y en septiembre *Pakapaka* al aire (Valeria Dotro).

Y cuando sale *Pakapaka* pasa Zamba y se empieza a generar los nuevos contenidos para alimentar al canal. Sobre nuevas efemérides al principio y al otro año siguiente se empiezan a pensar en otros contenidos que no fueran efemérides. Se empezó a pensar un poco por el impacto que tuvo Zamba, que se usaba en las escuelas y se pensó en contenidos que tuvieran que ver con la historia más contemporánea, entonces se hizo el de la Dictadura y el de la Guerra de Malvinas (Valeria Dotro).

Y bueno y después si empezaron otros temas: música latinoamericana, las mujeres y hablamos de muchos, muchos diferentes temas. Se hicieron algunos de los capítulos más cortos, micros de un minuto, que tocaban otras temáticas, como educación sexual. Zamba se convirtió en estrella realmente, yo creo que un poco porque tomó el código, el lenguaje de los chicos, la animación, el humor, el desparpajo de preguntar cosas que otros no preguntarían, como un niño. Como lo tomo tanto la escuela eso también le dio más masividad (Valeria Dotro).

Me parece que lo que pasó con Zamba es que se convirtió tan emblema de *Pakapaka* y del gobierno [de Cristina Kirchner]. Y además algunos capítulos que están hechos con una visión revisionista de la historia fueron muy criticados por personas que hoy están en el Gobierno, lo han criticado, diciendo que se burlaba de los héroes. Pero muy absurdo porque era la humanización de los personajes desde la mirada de un chico, entonces se terminaron algunos capítulos que estaban haciendo y no se hace nada de a poquito se fue borrando la pantalla (Valeria Dotro).

Porque la nueva administración claramente no acuerda con la mirada de Zamba. Yo creo que va más allá de la mirada, yo creo es un personaje muy asociado a la administración anterior entonces para ellos no tiene que estar (Valeria Dotro).

Si miras en el Facebook de *Pakapaka* y aún hoy, hace casi dos años que no está y la gente sigue preguntando y dónde está Zamba y cuándo viene Zamba. Era como el símbolo de *Pakapaka*. Yo creo que ese fue el gran hito (Valeria Dotro).

Al principio no iban materiales pedagógicos asociados al programa, porque era para la pantalla, pero después como todos trabajamos bastante con el Ministerio se hacían capacitaciones sobre diversos temas y se nosotros hacíamos charla a nosotros sobre cómo usarla o qué capítulos de Zamba podían trabajar para determinados temas. Por ejemplo, los capítulos sobre sexualidad integral se hicieron directamente con el área que trabajaba en el Ministerio, es decir ellos nos pasaban los contenidos que querían transmitir y se hacían en función de eso (Valeria Dotro).

Pero no se hicieron con guías. Es decir, no las hicimos nosotros, pero el ministerio una vez que los capítulos ya estaban ellos hicieron materiales que distribuían a las escuelas. Los dos capítulos que me acuerdo de que sí se hicieron trabajos de guías —desde el Ministerio, pero muy conversadas con nosotros— fueron los capítulos de la dictadura y el de Malvinas, porque eran

temas controvertidos, de historia contemporánea que sabíamos que seguro iba a causar algunos comentarios. Por eso se hizo con áreas específicas del Ministerio, como Educación y Memoria y el área de Historia (Valeria Dotro).

Había una agenda de uno de los programas más exitosos que tuvo Pakapaka, Zamba, que generó bastante cuestionamiento en algún sector de la población y esta crítica giraba en torno a la manipulación ideológica de la infancia, personalmente a mí me parece que es una serie infantil con una riqueza increíble, donde a los chicos se les enseñó cuestiones que tienen que ver con personajes de la actualidad, trabajaron con los temas de los detenidos desaparecidos en la dictadura militar, trabajaron con personajes Esteban Carlotto, Quinquela, Martín, personajes latinoamericanos como Atahualpa Yupanqui, Frida Kahlo, Violeta Parra, todo eso fue como fue enriqueciendo ese programa en específico que me parece que fue un aporte significativo a la creación de contenido de calidad para chicos acá en Argentina (Viviana Sepúlveda).

Uno de los aspectos más sensibles en la TV infantil pública es la dependencia del poder político, lo que sumado a la inestabilidad del financiamiento dificultan la gestión. Germán Calvi, Valeria Dotro, Beth Carmona, Mariana Loterszpiel y Viviana Sepúlveda abordaron el tema de la continuidad de *Pakapaka* en la era de Macri:

Pakapaka si fue muy transformador todo ese proceso, pero como programa nunca tuvo más de 2 puntos de rating. Pero como política pública como inversión del Estado como todo digo yo, digo es lo mismo del INCAA. Para mí lo que pasa con eso que te faltaron diez años. Nos faltaron diez años de consolidación (Germán Calvi).

Una cosa clara es ponerlo en marcha, todos los indicadores de proceso fueron sobresalientes, todos, pero no alcanzaron, porque si hubieran alcanzado hoy tendrías a diez mil madres por semana prendiendo fuego en el Ministerio de Educación para recuperar a *Pakapaka*. Para eso te hacían falta 10 años más (Germán Calvi).

Pakapaka fue un proyecto que tú puedes decir que a toda la sociedad le gustaba, pero no se mantuvo, porque era sólo una parte de la sociedad (Beth Carmona).

Tal vez yo me equivoqué en lo que estoy diciendo, pero yo no tengo claro si tienen una línea editorial, yo creo que no y que cada uno está un poco suelto haciendo lo que le parece, me parece a mí en ese sentido a mí me da mucha tristeza, porque yo creo que hay una responsabilidad cuando no está dentro de no solamente la obtención de los fondos sino de lo que hacés (Mariana Loterszpiel).

Yo creo que hay por un lado la idea de convertirlo en algo mucho más pequeño, con menos producción, pero la verdad es que no sé, tal vez ir a pantallas o canales web tal vez sea una de las estrategias, pero a verdad es que no lo sé (Valeria Dotro).

Realmente no tengo claro, no termino de saber muy bien qué es lo que quieren hacer. Si veo que no hay mucho de financiamiento, eso me lleva a pensar en hacer un pequeño espacio con algunas cosas que se sostengan y nada más (Valeria Dotro).

El desinterés es claro, porque cuando vos ponés a cargo de cualquier proyecto a gente que no es especialista en el tema eso hace que vaya perdiendo su esencia y si a eso le sumás el desfinanciamiento, pero esa es una opinión personal, no sé qué es lo que ellos quieren hacer (Valeria Dotro).

Yo creo que con respecto al contenido, la producción de cine, de productos de calidad para niños, veo que hay un retroceso bastante grande, por ejemplo, el caso de acá en Argentina, el canal *Pakapaka* que pertenecía al Ministerio de Educación y tuvo en su momento una paralización absoluta de toda producción nueva, ellos están trabajando con producciones muy antiguas, del año 2010, incluso antes, del 2005 he visto algunas cosas, entonces hay como una tendencia a comprar materiales extranjeros, a no producir cosas propias, a trabajar sobre cuestiones que den una rentabilidad económica y comercial, no lo veo como una prioridad en este momento (Viviana Sepúlveda).

Otro de los ámbitos tratados es proceso de generación de contenidos por parte de los profesores capacitados por Novasur. Según Germán Covarrubias se convirtió en una experiencia desaprovechada:

Y pasaba mucho que cuando uno llegaba a las escuelas con Novasur que lo que esperaban en realidad los profesores era aprender a hacer una serie. De hecho, hay oferta desde el ministerio de educación de talleres de formación de realización audiovisual. Si hay muchas escuelas que logran estos proyectos y tienen unidades de audiovisual. Eso está bien desatado y es algo que a mí particularmente me tiene muy estimulado este último tiempo que son las Prácticas Mediáticas que está ahí ocurriendo (Germán Covarrubias).

Respecto de la producción de contenidos audiovisuales por parte de los docentes, nos lo llegamos a plantear, hicimos algunas iniciativas en este sentido, lo concursos de vídeos, que no era sólo haga su vídeo y mándelo. Nosotros le proporcionamos los talleres de audiovisuales y los profesores hacían su materia su material audiovisual. Yo como corolario de todo eso dije algo que muy tal vez muy radical y tajante: los profesores son super buenos haciendo clases porque para hacer un buen audiovisual, hay que estudiar harto y hay que tener algo más, pero no nos cerramos (Germán Covarrubias).

Yo creo que el gran error y que es un error que replicamos en el proyecto que yo trabajo hoy día fue tratar de convencer a los profesores de que la televisión es un recurso educativo. Eso no es uno esto no debió haberse dado como un proceso de convencimiento, sino que debió haberse dado como un proceso natural de descubrimiento (Germán Covarrubias).

Entonces lo que se debió haber dicho las escuelas es que nosotros llegábamos a la escuela con un medio de comunicación que se llama televisión. Porque el salto entre la televisión medio de comunicación y la televisión recurso de

aprendizaje es matar a los profesionales. Es ponerlos en un punto de mucha complejidad porque ellos tienen incorporado en medio de una determinada forma como un medio de entretenimiento, primero que nada, como un medio de información en segundo lugar y muy, muy de lejos, de repente y además de manera muy lineal como algo educativo. Porque para ellos la televisión educativa es educativa cuando te pasa un contenido el contenido duro, formativo, porque claro hay una lógica todavía que predomina en Chile es muy contenidista. (Germán Covarrubias).

Y lo peor es que nos perdimos de hacer un proceso que es interesantísimo y muy entretenido. Por ejemplo, hoy día en nuestro programa Escuela Plus ahora estimulé para que las comunidades educativas elaboren proyectos televisivos, donde ellos tienen que ponerle un objetivo a su proyecto y ellos lo ponen para entretener y no tienen ningún tipo de vergüenza, no se ponen colorados. Porque gradualmente se va abordando con ellos conceptos como el de la educación-entretenimiento y ellos saben que cuando los alumnos están entreteniendo están aprendiendo, con una vuelta distinta (Germán Covarrubias).

Son otros tiempos, son otros niños y desde que nosotros partimos con Novasur hasta ahora la neurociencia ha avanzado, se ha divulgado mucho más. Pero sean o no sean otros tiempos nos perdimos esto de hacer un camino con las escuelas un tránsito, que pueda durar un año, dos años, no importa, porque gradualmente eso se da se da y finalmente se termina dando. Como este camino que hacen las escuelas algunas escuelas son un poco más aplicadas, más normadas y les cuesta a partir como la televisión como un medio de entretenimiento, entonces parte como un medio informativo, pero claro y después lo otro (Germán Covarrubias).

Mariana Loterszpiel, Valeria Dotro, Sandra Téllez, Germán Calvi, Valeria Dotro y Viviana Sepúlveda se refirieron también a la necesidad y al **sentido de contar con televisión pública infantil** en Argentina y en Chile: para fortalecer la fidelización de las audiencias, porque es necesaria una mirada no comercial para el público infantil, porque en ocasiones la oferta pública es la única disponible para sectores alejados y porque a través del audiovisual los más pequeños construyen sus identidades:

La televisión infantil es primera gran estrategia de fidelización de audiencia que después legitiman los contenidos. Para mí es por dónde se empieza, uno de los lugares sensibles que funciona fuertemente en Argentina (Germán Calvi).

No hay modelos públicos privados que se pueden lanzar, sobre todo, para niños porque todo lo que es para niños no debería ser un negocio o sea hay que buscar la forma en que sea rentable desde otros lugares que no sean este (Mariana Loterszpiel).

La discusión a veces ni siquiera es eso de que los chicos no miran televisión, es ¿por qué debo financiar televisión pública? siendo que hay televisión pública en todo el mundo. Lo que me parece es que, aunque parezca increíble, hay poco conocimiento acerca de cómo crecen, se educan y construyen identidad las nuevas generaciones. Eso es entender la televisión sólo como

entretenimiento, que es, pero en el proceso del crecimiento y de enseñanza aprendizaje es mucho más que sólo un entretenimiento (Valeria Dotro).

Básicamente es el protagonismo de los niños, la diversidad en todos aspectos: regional, de género, contenidos educativos, en un sentido amplio, entendiendo que los contenidos educativos son aquellos que tienen que ver con ayudar a los chicos a atravesar su infancia, lo que tiene que ver con sus derechos, con la salud, con lo que tiene que ver con las formas de ser familia, con la educación sexual, con todos los aspectos de la vida.

Por otro lado, la televisión de aire no produce para chicos, porque la producción para chicos es más cara y no les rinde tanto comercialmente, no es tan rentable (Valeria Dotro).

En términos de producción infantil es más difícil, porque hay más desconocimiento, algo que respete no sólo parámetros técnicos, sino lo que uno quiere decir (Valeria Dotro).

No es un interés general de los gobiernos, pero yo creo que además hay mucho desconocimiento sobre el impacto que tienen los contenidos digitales, audiovisuales etc. en estas nuevas generaciones. El impacto no quiere decir influencia negativa, pero es parte no sólo de su vida cotidiana, sino de su manera de ser en el mundo, hoy por hoy, para las nuevas generaciones es así. Entonces es importante es que haya algunos contenidos, por lo menos, que tengan esta otra mirada: no tan comercial, con perspectiva derecho. Así como fue tan importante que el Estado financiara libros para las bibliotecas públicas, los contenidos audiovisuales tienen el mismo valor. Pero eso no está tan socialmente aceptado (Valeria Dotro).

Porque ainda e caro. Nós temos um canal qualificado pela lei no Brasil a legislação do da lei 12 015 que vem 2012 que isso deu um gás para a gente porque o canal tem que ser carregado no pacote básico das operadoras por ser um canal qualificado de espaço. Que você assistiu a *TV Cultura* y *TV Rá Tim Bum*. A e na *TV Rá Tim Bum* também tem *Net* (Ida Iervese).

Sí, para mí siempre va a tener sentido, siempre va a aportar a trabajar agendas que a los chicos les motive, les ayude, les genere pertinencia, les genere esta mirada local, esta mirada a la cultura, a sus costumbres, a sus orígenes, a tener una mirada diferente a lo que ofrece la televisión comercial, siempre va a ser una alternativa, lo que pasa es que para algunas políticas públicas es prioridad y otras consideran que el mercado se tiene que regular solo, que este tipo de contenido lo puede dar otro tipo de instancia o instituciones de formación más estandarizada. Como por ejemplo la escuela, no lo ven como un aporte que sea la televisión la que tenga que cumplir ese rol, pero claro, todo tiene que ver con políticas públicas. En el caso de Chile para mí sigue siendo insignificante la inexistencia de un canal destinado al público infantil es una gran carencia, no lo veo todavía como un aporte, acá, en Argentina sí lo fue, *Pakapaka* sí fue un aporte y lo es todavía, sobre todo en las provincias, donde sé que se ve mucho

el canal, acá en la capital federal no tanto porque hay más estímulos de otros sentidos, pero en provincias se ve mucho el canal (Viviana Sepúlveda).

Aunque también se ha trabajado un contenido super interesante, por ejemplo, tuve la oportunidad de conocer todo lo que se hizo con el *Tikitiklip* que me pareció una belleza estética además y de contenidos increíble, me gustó mucho todo lo que he visto con respecto a la televisión de calidad en Chile me ha parecido un aporte, pero sigue siendo poco, sigue siendo insignificante. Y de impacto, en cuanto a medición de audiencia desconozco esa información, pero lo que comentaba con algunos amigos que han hecho producciones es que incluso los canales de televisión abierta muchas veces han tenido que obligar prácticamente a que pasen los contenidos y en algunos casos no sé cuáles han sido las mediciones, yo creo que tiene que ver siempre con una cosa comercial (Viviana Sepúlveda).

Mira nosotros estuvimos en Mocobase un año, en julio y pasó una cosa muy bonita, y que es hablar con el niño y que él nos cuente si ve televisión o si no ve televisión, entonces claro, los niños en Colombia son súper diversos así como en todos los países, y este era muy especial, porque solo veía *Señal Colombia* porque solo les entraba *Señal Colombia*, como que a veces solo entra la señal de *Señal Colombia* y de pronto *RCN* y *Caracol*, pero *RCN* y *Caracol* no tienen programación infantil, la abandonaron, tenían una pequeña programación infantil los fines de semana y ahora es familiar. Luego armaron su canal infantil, pero en estas señales que son las que ven la familia abandonaron lo infantil, por eso los niños por eso los niños ven tantos noticieros y novelas. Y este niño era *Señal Colombia*, y el niño iba al río, porque hay muchos ríos por ahí y duramos un día y medio con el grabando porque hicimos un perfil sobre su vida, y él se sabía toda la programación, y en su cuarto tenía un televisor pequeñito que le habían dejado como para él. Y él decía Yo llego del colegio, prendo y están dando tal, tal y a las nueve empieza *La mujer del presidente* que era una serie muy vieja que era muy buena como en los años noventa y toda su rutina tenía que ver con acompañar al canal y pasa que también hay otros niños que solo tienen acceso a eso, por eso es importante decirle a ese niño jey, mira, hay otros niños como tú! y que además tienen una experiencia de infancia súper bonita (Sandra Téllez).

La televisión digital y la convergencia han ofrecido un escenario interesante pero no necesariamente decisivo para las señales públicas de TV infantil. Uno de los aspectos destacados es la necesidad de trasladar a las plataformas el mismo enfoque de Derechos con el que los canales desarrollan su quehacer:

La televisión digital no ha generado un gran cambio hasta ahora, no para *Pakapaka*. No sé cómo sigue no sé mucho de la cuestión así más técnica en torno a esto, pero no hasta ahora no ha llegado al alcance del cable, porque las señales digitales tenés que pagar más. Los decodificadores que los podías comprar y los *Smart TV* tenés que tener antena y después escuché de mucha gente también mucha gente que le ha dado de baja el cable y se queda con la TDA, pero no te puedes un impacto masivo (Valeria Dotro).

Y eso también requiere de mucho presupuesto, requiere de mucho estudio también. Lo que hay que lograr entender es que estos nuevos formatos y nuevas plataformas es necesario explorarlas con esta misma filosofía que comentamos al principio: la mirada de derechos, la diversidad, lo local y lo regional. Cómo traspasar estos ejes a estas plataformas, a través de unos formatos más cortos, dinámicos.

Logo, e a intenção aqui tudo é um pouco mais difícil por conta do justamente do a convergência? Es muito difícil, acompanhar a velocidade das coisas. Ali é muito difícil na TV pública, é difícil, mas para quem é público desse tipo de conteúdo, é um público fiel. Porque quem quer assistir a essa programação es que realmente está procurando algo diferente no cardápio ali que ela está sendo oferecida. O pai que assiste a TV o Quintal da Cultura porque ele está querendo uma coisa diferente do que tem na maioria das outras (Ida Iervese).

Bueno yo creo que, como proyecto nuestro, Novasur no sé si en ese tiempo podíamos adelantar varios escenarios actuales. No lo vimos venir, fue vertiginoso. Y, bueno, después ya viene una cuestión más política también de los cambios que se sucedieron cambios que yo no alcancé a ver del todo. Yo me fui del programa [en 2011] antes que el programa saliera de las escuelas (Germán Covarrubias).

Para nosotros en Perú la televisión es súper importante, si bien todos tenemos Internet en Lima, a nivel del Perú, la penetración del Internet todavía no es tan alta, porque es muy lenta, porque hay lugares a los que no llega, y uno lo que busca al conectarse también es una buena definición, y hemos empezado a hacer un poco la idea de vender, para mi es importante ya como entrando al contenido porque no sé cuánto durará el canal en la franja infantil, no sé cuánto duraremos nosotros en el lugar porque el Estado se mueve mucho, entonces tenemos una forma de trabajo igual compleja (Renzo Amado).

Uno de los aspectos considerados es la medición de audiencias de las señales públicas dirigidas a los niños. Los entrevistados destacan que las mediciones de rating en la televisión tradicional se concentran sólo en las áreas urbanas más grandes. Además, no se incluye la televisión digital, que es el escenario en el que algunas de ellas se emiten. Renzo Amado, Sandra Téllez, Valeria Dotro y Cynthia Ottaviano se refirieron a la situación de la medición de audiencias en Argentina, Perú y Colombia.

¿Cómo nosotros hacemos la medición? También es muy complejo, ya que el IBOPE solo mide Lima, y dentro de Lima, la señal de TV-Perú no mide toda la ciudad, y además somos un canal público, no es que tengamos el rating de una señal privada, entonces, comparar mis programas con Rojo es casi inverosímil, o sea, no me puedo comparar con un canal así. Nosotros tenemos programas con un 35% de rating. Es que también la penetración de la televisión en el Perú es muy alta, por ejemplo, nosotros como programación de TV-Perú, normalmente lo que llegamos es a un 3%, ahora, a nosotros no nos interesa compararnos con otros programas, primero porque no tengo ese objetivo, y segundo que hago comparando mi 3% con un 30%, o sea, no tengo nada que hacer (Renzo Amado).

Lo que sí hacemos, es compararnos con las otras señales del canal, para saber dónde estamos ubicados, y de los 20 primeros programas, 16 son infantiles, entonces, TV-Perú, de alguna forma es muy infantil, entre ellos programas propios y los que compramos, tenemos un programa que la rompe que se llama *Vuelta por el Universo*, que es muy chistoso, es un poco antiguo, pero a los niños les encanta, y ¿Cómo hacemos nosotros para ver lo que a mí me interesa ver? Lo que hago es que yo desgloso todos los programas en el minuto a minuto, y eso lo desgloso en una semana, lo que hago es ver donde los niños prenden y apagan, entonces me permite no saber mi rating en sí, si no, saber qué es lo que no les está gustando, entonces yo veo el programa que lancé el lunes y veo ah, acá pararon (Renzo Amado).

A mí me interesa por ejemplo *La Lleva* y por ejemplo después entra *Hazlo en Casa* y baja, entonces eso nos sirve como para hacer un panorama de hacia dónde vamos. Igual es una pincelada ¿No? A mí me sirve para saber cómo voy, para saber que comprar también, por ejemplo, a *La Lleva* les gustaba mucho que a los chicos sintieran que podían viajar, entonces para eso mido el rating (Renzo Amado).

Había una cosa, y es que yo sentía que se regían por el rating, y era como ¿Por qué?, entonces nosotros recibimos el reporte de IBOPE, pero siento yo que se ha equivocado en programar la franja según los resultados de IBOPE, porque estos son demasiado fluctuantes, entonces hoy te dice que marcamos cuarenta mil y mañana cero, entonces, ah, hoy cero, entonces cambiemos, esa no puede ser la lógica, entonces nosotros con Luis Carlos Urrutia que es el jefe de programación miramos eso y decía yo no puedo tomar una decisión, hoy marca una cosa y mañana marca otra (Sandra Téllez).

Pero en esos lugares no se miden porque allá no llega IBOPE. O sea, si hay una representatividad, pero digamos por ejemplo rating no lo mide nadie, se toman las principales ciudades y una intermedia (Sandra Téllez).

RCN como es TDT entonces no entra dentro de los análisis. Nosotros estamos en TDT también, pero lo que se mide es la señal abierta, bueno, entonces que pasa con el rating, pues como es tan fluctuante, como movimientos que se puedan decir ah, acá el IBOPE está marcando, cuando hay deportes, me faltó otro módulo muy importante que es deportes, cuando entra una carrera, de ciclismo, ruta al sur, bueno, todas esas carreras que son súper importantes, entonces ahí el IBOPE se dispara, el resto es muy difícil comparar, o sea cuando pasa eso se apaga *Mi Señal* (Sandra Téllez).

Aún el alcance es totalmente desigual, no sólo a los medios de comunicación tradicionales. La penetración de la televisión es del 98 en la Argentina, igual que la radio y por eso siguen siendo un elemento vital en las casas (Cynthia Ottaviano).

No me acuerdo si fue 2014 o 2015 lo que tuvimos una medición de audiencia sabíamos que de los 8 canales de cable estábamos quintos: *Disney Channel*, *Disney Junior*, *Disney XD*, *Cartoon Network* y *Pakapaka*. Al no ser comercial las

empresas medidoras como *Ibope* no te miden, porque ellos te miden para el rating para la industria publicitaria. Siempre hicimos *focus group*, lo que pasaba en las redes, lo que pasaba en las escuelas (Valeria Dotro).

Un último aspecto tratado en las entrevistas fueron los **éxitos en las experiencias de TV Infantil pública** desde el testimonio de los profesionales que ahí trabajaron. Mientras Germán Covarrubias destacó los grandes números de escuelas participantes y capacitadas (cerca de la mitad de los establecimientos educacionales del país), Beth Carmona señala que se trata de la conjunción de varios elementos (institucionales, presupuestarios, profesionales, etc.) y Valeria Dotro valoró especialmente el hito de Zamba como programa y la posibilidad de los niños argentinos de verse en pantalla:

Con las evaluaciones externas de Novasur que encargamos, lo que más nos interesaba saber era el nivel de apropiabilidad y el nivel de apropiación del Programa. Eso era lo que más nos interesaba saber: qué podíamos hacer en el fondo para que el programa fuera más fácil de ser apropiado por las escuelas. Eso es lo que lo que buscábamos, bueno y ahí había cuestiones de muy diverso orden, era absolutamente multicausal lo que pasaba para que una escuela llegara a sacarle partido (Germán Covarrubias).

Desde donde nos paramos nosotros inicialmente cuando dijimos el Programa Novasur tiene matriz de política pública, y la política pública habla mucho por los números, yo creo que las coberturas fueron algo muy interesante. Llegamos a estar casi en la mitad de las escuelas de Chile y yo creo que ese es un valor enorme. Creo que ahí se llegó a construir un capital, un activo poco frecuente. No sé si otra agencia trabajando con escuelas –como el Ministerio de la Cultura u otras– pueda hablar de esos números... Pero si Google presenta en seminarios mundiales proyectos para 100 escuelas, yo digo, ¡¡¡¡no puede ser si Google es un gigante!!!! (Germán Covarrubias).

Yo creo que esa capilaridad que logramos era un valor en sí mismo, ya sólo el número... Lo otro que era grandioso era la distribución, ya no sólo el volumen sino la distribución. Y creo que ahí había un logro también, algo muy importante (Germán Covarrubias).

Creo también que fue muy importante llegar a hablar, aunque no lo hicimos con toda la detención que se lo merecía, llegar a hablar de la televisión con los profesores era algo importante. El tema de la televisión como medio de comunicación (Germán Covarrubias).

Yo creo que nunca tuvimos en la cabeza esta reflexión es que hago ahora. Yo creo que nos bastaba con hacer bien lo que nos proponíamos: proveer de contenidos susceptibles de ser empleados en contexto de aula con fines educativos. Contenidos me refiero tanto audiovisuales como contenidos literarios, que eran las fichas y nosotros nos quedábamos contentos. Bueno y después venía todo el desafío que era ver como los maestros se van apropiando de todo esto que es un camino largo, que siempre lo entendimos así. Nunca lo dijimos, pero en realidad nuestra propuesta de formación era formación

continua. No puede ser de otra forma, en educación tiene que ser así. Sobre todo, pensando que también fuimos débiles en el *Novasur 2.0*, este Novasur recursivo, que es cuando los profesores elaboran ellos los materiales complementarios. Ese era el estado deseado del Programa, con los profesores haciendo sus materiales y poniéndolo a disposición, generando un sistema evaluativo en que los demás profesores fueran pronunciándose acerca del material de sus colegas, como una evaluación sana, tendiente a la mejora (Germán Covarrubias).

La otra gran función de la televisión es la integración. También en el caso no esto tampoco le dimos mucha importancia a eso de cómo las comunidades escolares se integraban con la aldea global o sea cómo se producía todo el fenómeno *glocal*, conectábamos lo local con lo global a través de la pantalla y como esa misma pantalla nos servía para conectar con la realidad nacional. Dos tipos de integración a lo global y a lo nacional y lamentablemente no tuvimos la habilidad y la capacidad de leerlo y todo lo que podíamos hacer con eso (Germán Covarrubias).

Es muy difícil explicar los éxitos, porque es algo que pasa en una conjunción mágica de un momento, claro que hay competencias y hay gente que se reunió en un momento específico, en un lugar donde las condiciones eran propicias y esto pasó. Y *TV Cultura* fue un momento donde, en primer lugar, se ejerció plenamente el concepto de televisión pública: había una misión, había un presidente, había una institución y el Consejo de este momento que tuvieron un pensamiento (Beth Carmona).

Eso está bueno para la región y me parece que canales locales como *Pakapaka* han ido dejando huella en sus países y en la región (Valeria Dotro).

Uno puede mirar y va tomando de estos modelos internacionales. Y también están las posibilidades que tenemos y para quienes tienen la responsabilidad y creen que esto es realmente importante financiarlo, de manera sostenible y perdurable, sino se termina haciendo algo que no es de calidad y haciendo ese preconcepto de la televisión educativa aburrida y que se pasa de largo. Ese es uno de los riesgos (Valeria Dotro).

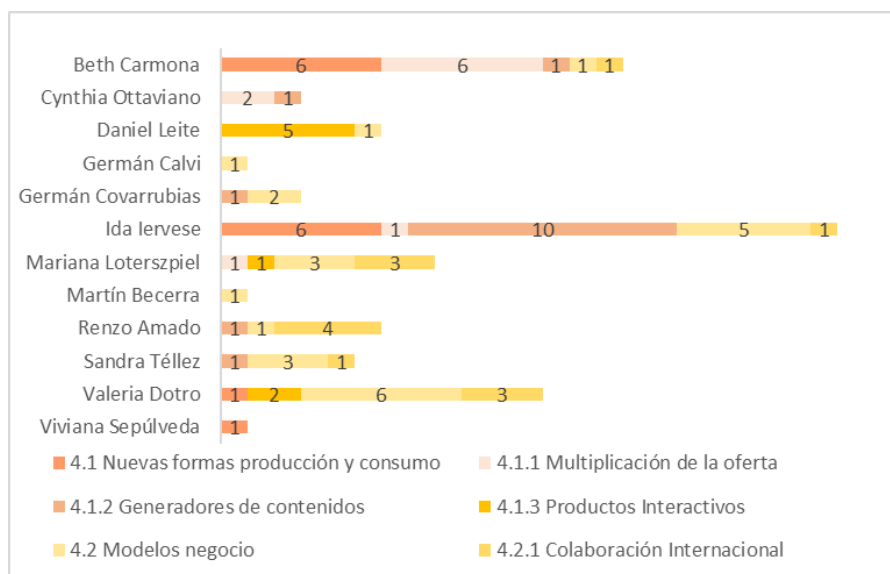
Me parece que otro impacto grande fue sobre todo durante los primeros años, yo no te diría un programa en particular, pero sí la cosa de ver niños argentinos en pantalla. Eso era algo que llegaba mucho como comentario: escuchar las voces de distintas tonadas, de distintas provincias, ver paisajes o casas o barrios de los chicos. Verse en pantalla para los chicos fue un impacto muy importante y muchos nos decían cuando íbamos a la escuela, íbamos a un lugar o a otro, íbamos a una capacitación, eso era lo que te decían (Valeria Dotro).

También otras series para los más chiquitos, *Medialuna* y *Minimalitos*. Si yo dijera como hitos serían *Zamba* y la posibilidad de verse los chicos en pantalla (Valeria Dotro).

4.4.5. Análisis de entrevistas según Eje Audiencias, Industria y Convergencia

Este eje presenta la relación entre las audiencias como sujetos activos, que hacen uso de las nuevas formas de producción y consumo que ofrece la industria de contenidos. Se abordaron en la conversación dos grandes líneas temáticas: las nuevas formas de producción y consumo que las audiencias realizan de los medios y tecnologías y los modelos de negocios asociados a la convergencia.

Figura 69. Referencias Eje Audiencias, Industria y Convergencia, por tema y actor



4.4.5.1. Nuevas formas de producción y consumo

Uno de los aspectos considerados por los entrevistados fue la **multiplicación de la oferta** que supone la multipantalla. El acceso a Internet y el equipamiento personal al que los niños, niñas y adolescentes poseen representa todo un cambio cultural.

Cynthia Ottaviano destaca el rol social de la televisión como lo que se podrían llamar *pantalla central*. La ex defensora del público señala que Internet en Argentina alcanza a 65% de las personas:

Y el 65% tiene alcance a Internet y la verdad es que la mitad de lo hace para acceder a las redes sociales. Ahora cuando le das la posibilidad de igualdad en el acceso a Internet (Cynthia Ottaviano).

Como la televisión es el factor sociabilizador y como sigue siendo un factor ordenador en la vida cotidiana todavía se sostiene más que Internet, que pasó a ser un bien suntuario (Cynthia Ottaviano).

Según Beth Carmona constata una mayor presencia de contenidos nacionales en la TV digital. Asimismo, destaca que hace necesaria una mayor producción de contenidos, adecuados a todas estas nuevas pantallas:

La segunda parte de la historia creo que es la multiplicación de opciones, la multiplicación de canales. La televisión digital que abre un espectro enorme de posibilidades, de oferta de tipos de televisión, cumpliendo algunas veces un papel a que la televisión pública decía que era su papel (Beth Carmona).

Un punto claro es que hoy que hay muchos más canales que contenido. Yo creo que, por ejemplo, la producción independiente de Brasil, que no tenía mucho espacio en pantalla, gracias a una política de gobierno de implementación de proyectos y de desarrollo y de incentivo en fomento, realmente muchos productores y canales pasaron a transmitir más contenido nacional y más contenido diferenciado (Beth Carmona).

Además de los canales que ya existían en la tv de pago, hoy hay canales que están transmitiendo mucha cantidad de horas contenido nacional y, aunque no todo tiene calidad, es una industria que se está fortaleciendo (Beth Carmona).

Por otro lado, la televisión digital o la digitalización de los escenarios es mucho más que eso, es mucho más que canales y televisión. Salimos del espectro (Beth Carmona).

Los entrevistados plantean el desafío que supone para la TV La competencia de los contenidos a la carta, las plataformas y el mismo *Youtube*:

Hoy hay el vídeo *on demand* por la banda ancha, como Netflix, que te ofrece la posibilidad de elegir lo que quieres, con precios incluso menos costosos que la televisión de pago (Beth Carmona).

Y aunque pase a ofrecer contenidos que vayan a ser muy atractivos, al mismo tiempo tienes Netflix, tienes *Youtube*, con contenidos de calidad y llegan directamente a tu casa con precios menores o además hasta gratis (Beth Carmona).

Claro y después las Plataformas, bueno de Netflix, Hulu, cada uno con sus producciones originales monstruosas para captar gente y *on demand* (Mariana Loterszpiel).

¿Como ser fazer a diferença no meio disso tudo? Como falar por que não adianta a gente fazer um conteúdo si não falar com a criança né? Son vários exercícios: a gente, entender como essa criança hoje brinca, vê o mundo é que ele se interessa, no que ela se interessa então é diferente mesmo. Eu já estou há 14 anos trabalhando com conteúdo infantil. Eu vejo diferença é como fazer um programa em 2005 com contadores de histórias no estúdio e que é fazer agora o Yoga ou não, porque estou pensando no problema que eu faço no meu estúdio, que vai pro *Youtube*, no que vai para as redes sociais, já o pensamento já tem que pensar em várias peças (Ida Iervese).

Según la investigadora, esta multiplicación de la oferta representa la posibilidad de **Cambios en el consumo**. Valeria Dotro y Viviana Sepúlveda observan el cambio en las formas de consumo de las audiencias respecto de la televisión y en el contexto de la ampliación de la oferta. Renzo Amado concuerda con ese cambio, pero señala la

centralidad del consumo de la televisión como pantalla principal, lo que reafirma Sandra Téllez. Mientras Beth Carmona precisa que el ejercicio central entonces es la elección de los contenidos, en especial para los niños y niñas:

Ese es el otro punto que empezamos a verlo de a poco, pero tiene que cambiar en ese sentido que uno ya hace para las distintas de las plataformas: Que los chicos al mirar televisión. se conectan con los contenidos, con los personajes de mil maneras diferentes (Valeria Dotro).

Bueno sí, es lo que comentábamos anteriormente que tiene que ver con que los chicos ya no consumen la televisión como nosotros lo hacíamos por ejemplo, ellos quieren la inmediatez, los chicos están acostumbrados a ver contenidos de muy corta duración, saltan de una cosa a la otra, están con una Tablet, y sí, eso sería interesante ver como resulta ese experimento, yo creo que cada vez va a ser más online, va a ser más utilizando dispositivos móviles, los chicos por ejemplo, son muy poquitos los que ven televisión, y abierta ni te digo, cable, menos, entonces sí, uno de los aportes que podría generarse sería a través de los dispositivos móviles (Viviana Sepúlveda).

Por ejemplo, hay una entidad que se llama el CONCORTV que en Perú hace las estadísticas y todo, nos llegó una como la semana pasada y por ejemplo en esa estadística decía que los niños y niñas en el Perú pasaban por lo menos cuatro horas diarias viendo televisión, que es un montón. Yo creo que también pasa que ahora la vida de los niños es que todo lo hacemos a la vez, ya la tecnología ha hecho que podamos hacer muchas cosas al mismo tiempo sin molestar al otro, sin nada porque es una forma de vida. Los niños y niñas cuando ven la televisión y les gusta algo se quedan pegados y luego pasan a otra cosa...no es que la televisión no esté funcionando, no es que no esté llegando el mensaje porque es otra forma de pensar, es otra forma de entender el mundo, entonces ellos ven, y cuando llega el mensaje, voltean y se quedan pegados (Renzo Amado).

La investigación que nosotros hicimos dice eso, que ya el televisor se convirtió en una radio [siempre encendida] (Sandra Téllez).

Con tanto cambio que el universo digital hace de la audiencia, del espectador y le da la posibilidad crear su propia programación, de elegir sus propios contenidos, de buscar lo que quiere, a qué horas quiere, dónde quiere (Beth Carmona).

Hoy hay muchas otras posibilidades entonces el universo se amplía de una forma loca y el reto de la audiencia es elegir y cómo elijo y qué elijo. Acabo de salir de un *research* que hizo con grupos de niños para un proyecto y me causó mucha sorpresa el hecho de que niños de clase A-B se comportan muy diferente a niños de grupos C-D frente a un contenido por la cantidad de estímulos. Los niños que tienen mucha oferta, que son muy estimulados, que tienen mucho acceso a oferta, en principio parece que no tiene tanto interés y tanta concentración como los niños que tienen un poco menos de oferta, me parece que lo que se ofrece aprovechan con más concentración (Beth Carmona).

Las entrevistadas sostienen que este cambio en la aproximación de la infancia a los contenidos genera preocupación y debe ser objeto de estudio y de conversación intergeneracional. La visión de los adultos significativos se traslada de la TV a la Internet y otras pantallas:

En una presentación que escribí para el Congreso de Intercom hablaba un poco de esto, que es muy loco: hasta hace muy poco tiempo, para los padres, para la sociedad, la televisión era la villana, que la violencia, que tantas horas... pero menos de diez años después, la situación es mucho más complicada, en términos de saber lo que los niños están viendo y cómo están viendo, ahora el control o cómo saber qué está pasando cómo también no es mucho más complicado. Es otra generación y como aprovecha lo que tienen. Yo creo que al mismo tiempo que hay que saber lo que los niños ven, y cómo están viendo, pero es muy difícil cuidar. Porque la forma un poco más fragmentada, el fluir de informaciones y cómo los fragmentos se conectan y les hace sentido en su propia cabeza (Beth Carmona).

Además de esto si hablamos de los niños que son la generación que nace ya en este universo, con otras habilidades y otros propósitos, ahí entonces hay que repensar muchas cosas. Es un momento bastante desafiante, en términos de quién produce, estudia, quién consume los medios, incluso (Beth Carmona).

Que eles vão fazer eles vão consumir esse conteúdo que é feito na Internet porque eles falam com eles mesmos ali é um mundo que as vezes o pai e a mãe não tem noção que ta acontecendo, então o desafio da gente eu acho que hoje é olhar pra esse hábito comportamento diferente do que foi nos anos 80, anos 90, e início dos anos 2000 (Ida Iervese).

Há uma preocupação com a criança na frente da televisão, que es uma preocupação que se tinha muito nos anos 80, nos anos 90, que hoje ainda escuto falar ainda: a criança na frente da televisão aqui sofrendo televisão (Ida Iervese).

Hoje eu acho que a preocupação, lógico a gente tem que policiar, olhar com o que filho está assistindo e o ministério público também fica mais atento com que se coloca a criança nas mídias, mas eu acho que hoje a preocupação é muito mais a Internet (Ida Iervese).

Eu acho que a criança fica sozinha com tablet com o celular e ela lá dentro você não tem uma regulamentação como a gente tem. Por exemplo, tem que ter a classificação indicativa um cuidado com o conteúdo né? O Ministério público e se é a adequação à Internet não tem isso. Então eu acho que hoje a preocupação de quem pensa conteúdo e do pai, do educador, da família é o que a criança está assistindo no tablet, no celular. O que ela está exposta ali (Ida Iervese).

O olhar para esse hábito de comportamento agora como e Internet realmente para essa geração que nasce com a Internet que nasce com a rede social (Ida Iervese).

Porque eu não posso dizer para adolescentes de 13,14 anos não use celular, não use tablet, não vê televisão, não tem como, dizer olha você pode filtrar, você pode ficar mais consciente do que você vai aceitar (Ida Iervese).

O que eu acho interessante é que essas gerações elas precisam conversar. A gente precisa aprender com eles para entender como é que estão vendo como é que eles vivenciam algo muito diferente e que como ele também olha só como a gente faz é porque tem a experiência, tem a maior idade. Eu acho que na atualidade tem de conversar com esse jovem que também está trazendo novas ideias. Eu acho que eu também o outro desafio é fazer essa comunicação. É muito importante porque eles, têm o celular, ele tem um canal no *Youtube*, eles ficam produzindo conteúdo ali então, só que eu acho que a gente pode aprender com eles e eles podem aprender com a gente, não pode ser a gente já faz aqui e você não sabem fazer (Ida Iervese).

Otro tema destacado es la forma en que los niños y niñas se transforman en **productores o generadores de contenidos**. Cynthia Ottaviano destaca el rol de niños y niñas como ciudadanos comunicacionales una vez que cuentan con acceso a las herramientas adecuadas. Beth Carmona precisa que es importante el conocimiento técnico de estas herramientas y del desarrollo de competencias:

[A los niños] si les das la posibilidad y el acceso a las herramientas, porque hay una brecha muy importante, desde mi perspectiva son ciudadanos y ciudadanas comunicacionales (Cynthia Ottaviano).

Es la importancia de dominar la técnica y saber cómo se ha hecho. El resultado de lo de lo propio ha hecho que los niños creo que es lo que menos importa, es el proceso tiene mala suerte pero que ellos se conozcan donde debería estar y por esto no lo nos ponemos junto con nuestro festival. En la conversación de este *ComKids* vamos a hablar de lo que significa ser interactivo, pero también de qué significa ser accesible que significa (Beth Carmona).

Germán Covarrubias e Ida Iervese destacan su experiencia respecto de jóvenes como productores de contenidos, haciendo uso de los recursos técnicos a su disposición:

Viendo en la página del Centro de Innovación del Ministerio de Educación que tienen experiencias de todo el mundo de cosas que se hacen en la sala que los que resultan, bueno yo estaba revisando en la página y pinché en una y apareció una escuela en el sur de Chile con todos los medios de comunicación, tenían radio y tenían un canal de televisión y dije vamos a tener que hacer algo con esto (Germán Covarrubias).

Eu vou aqui na periferia de São Paulo eu vou lá no Acre e converso com garoto que tem sonhos de ser um promotor de justiça trabalha com um tio ali no açougue a ele descreve a região que ele mora com a propriedade fala sobre o açaí fala, sobre a Amazônia, fala sobre a colonização, sobre os povos indígenas de que origem ele tem, e um menino de 12 e 13 anos. Uma garota no Nepal que explica como que é as aulas que ela tem na escola é a rotina dela é

diferente para a gente que adulta que produzindo E interessante ver, conhecer (Ida Iervese).

A rede social que também já transmite também produz o conteúdo, eles já produzem, já tive uma discussão no *Prix Jeunesse* sobre a câmera na mão criança, da quem tem experiência com *Repórter Rá Tim Bum* que integra resguardada, a representante da *NHK* que estava lá ela disse sobre falou sobre o que a gente taba pensando agora apenas mas exatamente isso a criança já tem celular e ela já produz o conteúdo, então acho que talvez a gente tem que olhar um pouco mais com cuidado ali (Ida Iervese).

A gente, quando começou a fazer o *Repórter Rá Tim Bum* conversou com alguns projetos que envolviam adolescentes produzindo. Como eu vim estudado em comunicação e tal, então eu queria ver se se o projeto ainda que eu tinha participado lá em 2002 a gente tinha as aulas na USP, a gente tinha as implantações nas escolas, da rádio escola ela pegava a comunidade. E eu queria ver se tinha alguma escola se tinha projeto trabalho nisso, eu descobri um garoto do Capão redondo, que é um bairro no extremo sul ac da São Paulo, que tinha estava produzindo para o *Youtube*. Eu o trouxe para conversar, acho que é uma extensão do projeto de educomunicação é para ver que se conseguia, mais depois de foi vendo que as crianças e os adolescentes estavam produzindo o tempo inteiro. Tinha o menino que produzia o no canal do *Youtube* possibilitou isso para eles (Ida Iervese).

Então assim eles tenham aqui a equipe da TV. Uma oficina precisa aprender a mexer uma câmera profissional, um celular bacana e tem uma forma de fazer o conteúdo. E eles passam o conteúdo deles eles assistem entre *youtubers*. E a gente que tem filho quem como eu não sei o que está consumindo que tá vendo, um canal no *Youtube*. Se você vai ver a forma que eles produzem o que eles fazem ali no *Youtube* você fala ele tem um jeito de eles fazerem, se ele já pensa o conteúdo do jeito deles, quando a gente traz, por exemplo convida alguém para participar do *Repórter*, que eu já vi para esse menino que produzirá conteúdo pro *Youtube* falando dos *heróis negros*, quando eu vou fazer com ele a gente mostra o como ele teve a ideia e como ele trabalha (Ida Iervese).

E aí explicou que era o repórter que estava falando para outras e outros adolescentes do mundo e do Brasil lógico que a gente tem uma forma diferente de trabalhar. Vai entrar na ele também tem lá, e ele já sabia por exemplo que não podia colocar qualquer música que ele tivesse ali sem dar os créditos. Então se vê que eles estão muito mais treinados do que a gente imagina (Ida Iervese).

A criança que nasce que nasceu nos anos 80 e foi público do *Castelo [Rá Tim Bum]*, do Mundo da Lua era uma criança, a criança que nasce agora é outra criança, é público, então para quem está produzindo conteúdo para a criança? agora é uma constante observação (Ida Iervese).

Porque a gente tem que entender como é que estão pensando, porque com o hábito deles não dá para eu falar conduzir uma reunião de conteúdo, uma

criação de roteiro da mesma forma que eu penso a criança que consumiu nos anos 80. Ou quando eu fui criança. Se lógico tem coisas que são inerentes, mas a criança hoje é diferente a criança que nasceu há 10 anos atrás porque ele já nasce inserida num contexto que o celular, tirar foto (Ida Iervese).

Mas a gente tem um veículo tem muito ainda potente. Porque quando a gente convida a eles para falar na televisão, ainda tem essa magia da televisão. Um dia está aqui falando de num vídeo que tinha um canal no *Youtube* que tinha 450.000 seguidores, é bastante gente, mas o canal da gente tem 12 milhões de assinantes. Um ponto no Ibope é quanto, nada... Eu acho que o *Youtube* ele é segmentado (Ida Iervese).

Otro tema abordado por los entrevistados son los **productos interactivos** y la necesidad de explorar estas nuevas formas para potenciar los espacios televisivos destinados a la infancia:

A comienzos del 2009 cuando empezamos, el lenguaje de contenidos audiovisuales y contenidos interactivos eran muy apartados, eran cosas que no tenían mucho diálogo. Hoy al 2018 los límites son menos estrictos y ya están mucho más cercanos, entonces este año 2018 incluso estamos haciendo este festival *ComKids* interactivo, dedicado a la producciones interactivas para niños y adolescentes y vemos que ellos tienen relaciones muy directas con los contenidos audiovisuales y los llamamos transmedios, que hacen esa transición de medios y al contenido que son ya hechos para los lenguajes interactivos como *games*, os juegos y aplicaciones, libros digitales, experiencias de realidad aumentada y ese tipo de cosas (Daniel Leite).

Creemos que hay cambios y posibilidades que vinieron desde los dispositivos tecnológicos como los aparatos móviles que permiten una interacción más grande de los usuarios con los mismos contenidos. Entonces ya los contenidos se dividen en experiencias más activas, o más pasivas en términos de interacción. Entonces hoy día vemos que el uso de los medios yo veo que se divide básicamente en estos dos tipos de experiencias: experiencias más activas con más pasivas. Pero hay otras variables en juego, por ejemplo, la cuestión de la interactividad, cómo se puede interactuar con otras personas y desde qué tipo de reglas dentro de una aplicación o un juego es posible que haya esa interacción (Daniel Leite).

Entonces otro punto que es muy interesante para los contenidos hechos para la infancia es que incluso muchos contenidos audiovisuales hechos para televisión ya tienen sus componentes interactivos. Yo no creo que las formas normalmente pasivas de entretenimiento van a desaparecer o van a dejar de existir, no lo veo así, pero yo creo que la tendencia es que hay más formas de interacción y menos centralización en las producciones. Así veo yo que la cosa debe seguir y espero que sea así (Daniel Leite).

Yo veo mucho juego que ya vienen incorporando esos temas a sus narrativas y es muy positivo, yo lo veo como buenos ojos. Pero aún en América Latina

estamos empezando y es bueno porque tenemos mucho trabajo que hacer (Daniel Leite).

Pero en los juegos, por ejemplo, esos que exigen puntería, cálculo, estrategia. Los juegos son instrumentos interesantes de entrenamiento y habilidades, de estética, por ejemplo, pintar, colorear cosas son estímulos para las actividades y pueden aportar (Daniel Leite).

Entonces, el contenido es lo que sigue existiendo: el contenido de calidad lo poder seguir haciendo el tema ese entender lo parece, para dónde va a estar y entonces qué tenés que hacer en qué formato lo tienes que contar. Un contenido largo en un celular no lo van a ver, salvo que no tengas la computadora de Netflix. En general los contenidos de los celulares suelen ser bastante más cortos (Mariana Loterszpiel).

A mí me parece que la cuestión digital es uno de los caminos que hace falta explorar mucho más, las *apps*, los juegos (Valeria Dotro).

Sigo pensando que los nuevos formatos son importantes, pero me parece que por ahora como canales de televisión son importantes también. Lo cual no quiere decir que no se produzcan en nuevos formatos. (Valeria Dotro)

4.4.5.2. Modelos de negocios en la convergencia

Los entrevistados comentaron acerca de los desafíos que enfrentan los canales de televisión pública infantil en el marco de la multipantalla, lo que significó cambiar la mentalidad de los equipos de trabajo y desarrollar nuevos productos pensados para otras plataformas:

Eu acho que agora a gente aqui no canal está muito disposto a fazer essa comunicação. Quando você se comunica pela Internet, pelo *Youtube*, as redes sociais, mas também é importante conhecer outras formas criar, um no anula o outro (Ida Iervese).

Creo que otro desafío para todo lo que estamos haciendo en América Latina es comprender que en realidad ya hacemos contenidos audiovisuales, no televisión, y hay pensar en las plataformas. Ese es el otro punto que empezamos a verlo de a poco, pero tiene que cambiar en ese sentido que uno ya hace para las distintas de las plataformas (Valeria Dotro).

Cómo traspasar estos ejes a estas plataformas, a través de unos formatos más cortos, dinámicos. A mí me parece que la cuestión digital es uno de los caminos que hace falta explorar mucho más, las *apps*, los juegos. Yo creo que es una cuestión de presupuestos, pero también es una cuestión de tiempos, de cabeza, de visión (Valeria Dotro).

Vas a la OTT y es más homogéneo, es más grande y es más es rentable (Germán Calvi).

La primera aproximación al escenario convergente es el desarrollo de páginas y sitios de una mayor complejidad, con materiales complementarios o dirigidos a públicos específicos. Germán Covarrubias explicó el proceso de desarrollo de la web de Novasur:

Y ahí me acuerdo como hito muy importante que ocurrió fue el proyecto FONDECYT, que presentó la Universidad de Chile apoyada por el Consejo [Nacional de Televisión] para analizar como unos primeros resultados del programa y avanzar en el perfeccionamiento del sitio web. Ese era el propósito de todo ese proyecto y también tenía una parte formativa bien interesante. Las clases se hacían en la Secretaría Regional Ministerial de Valparaíso (Germán Covarrubias).

Y ese proyecto fue muy interesante porque nos permitió bueno, por un lado, ver con bastante detalle lo que estaba ocurriendo que pasaba con el proyecto en las escuelas en las comunidades educativas y al tiempo de ir mejorando nuestro el apoyo que se da a través del *website* para todo el proceso (Germán Covarrubias).

Nosotros como que siempre estuvimos ahí como como el pariente pobre de las TIC en las escuelas eso por un lado y, por otro lado, un déficit que tenía el programa Novasur es que no llegaba con tecnología la escuelas. Llegaba a ver con qué podemos funcionar, exceptuando las conexiones que entregaba VTR y SKY (luego Direct TV) y no traía algo concreto y eso dificultad también la apropiación del recurso (Germán Covarrubias).

Ida Iervese comentó las estrategias más específicas desarrolladas por *TV Cultura* y *TV Rá Tim Bum* para el uso de diversas pantallas, a través de la generación de productos transmedia y el uso de otras pantallas como *Youtube*. Por otra parte, Sandra Téllez se refirió al uso de Facebook de *Mi Señal* y Valeria Dotro dio ejemplos de la página de *Pakapaka* como un espacio diferenciado para distintas edades:

Com essa exposição e aí o *Repórter Rá Tim Bum* a gente teve bem que é o programa que a gente tem em parceria com Holanda, foi o exercício, foi justamente esse é como é que a gente vai fazer um programa na tv, colocar no *Youtube* para disponível pra eles, e que tenham um olhar em uma reflexão da criança e do adolescente (Ida Iervese).

E a comunicação diferente. A *Rubra* [E as criaturas] por exemplo, ela tem um programa e desmembrado do programa a gente coloca na programação os clips, tudo é feito para o *Youtube*, brincando com a histórias do youtubers. O *Repórter Rá Tim Bum* está todo no *Youtube*. Se está fazendo também a certeza uma peça que vai pôr *Youtube*, vai para redes sociais. Geralmente é a criança pequena de 2 a 6 anos ela vai ver na televisão, e depois ela vai querer ver o clip dela cantando a música preferida dela no *Youtube*, que ela vê no celular. Que ela já sabe escolher e colocar no celular com 2 y 3 anos, repetidas vezes (Ida Iervese).

Nosotros estamos en Facebook, en este momento creo que ya tenemos treinta mil o cuarenta mil seguidores, llevamos tres años con la *fanpage*, la página ha

crecido muchísimo, hay juegos, estamos publicando artículos sobre temas de interés que tienen que ver con los niños, sobre las series, hacemos actividades web, casi todos nuestros contenidos tienen un derivado en la página web, entonces todo eso hay que producirlo y promocionarlo (Sandra Téllez).

Solamente estamos en Facebook y en YouTube, y tenemos la estrategia desde YouTube hasta RTVC Play, entonces lo que pasa es que ahí nuestros contenidos se pueden estrenar en YouTube, y antes estaban en la lista de reproducción, pero a veces a los papás no les parece tan seguro el YouTube, entonces nuestra estrategia es que los niños puedan ubicar los contenidos en YouTube, pero no ponérselos todos ahí, entonces por ejemplo tienen un capítulo y luego dice Síguelo viendo en RTVC Play, porque así los derivamos a una plataforma que es más segura, entonces toda esa estrategia necesita un equipo como son contenidos diarios, primero están promocionando todas las series que van en pantalla, y aparte generar sus propios contenidos, y ellos son los que están monitoreando y dicen, Sandra, a la gente no le está gustando que le hayan levantado el programa por la carrera de ciclismo, entonces es muy bueno porque es como la comunicación directa entre los niños y los usuarios en la página y las redes (Sandra Téllez).

En *Pakapaka* el tema de la convergencia se pensó en la web y en los últimos años se crearon algunas *apps*, una o dos, un par de *ebooks* de Medialuna y de Zamba para descargar en celulares y en los últimos en el que yo estaba en el canal estos procesos se echaron para atrás, la nueva administración no estaba de acuerdo con hacerlos (Valeria Dotro).

Pero hacía muchos años que ya sabíamos que teníamos chicos viéndonos como mucho hasta 10 años. Entonces en 2015 estábamos armando una web nueva sólo para chicos de 10 a 12 años donde pensábamos poner algunos programas que ya teníamos de 10 a 12 y empezar a producir formatos cortitos solo para ellos. Pero la nueva gestión no quiso y dejaron inconcluso ese proyecto y dijeron que el canal tenía que hacerse para toda la familia (Valeria Dotro).

Otro de los temas que trataron los entrevistados fue la relación de las señales infantiles con las pantallas de pago. Algunas de los canales públicos de televisión infantil tienen presencia en televisiones de pago porque nacieron como señales segmentadas a partir de señales generalistas abiertas (como por ejemplo *TV Rá Tim Bum* respecto de *TV Cultura* y *Pakapaka* y *Canal Encuentro*). De allí que tengan presencia tanto en el cable y satélite como al aire, a través de la televisión digital. Estas pantallas podrían servir como una oportunidad para el desarrollo de contenidos específicos:

Acá el problema grande al principio fue que los grandes operadores no querían poner *Pakapaka*. El gran operador, Cablevisión que es del grupo Clarín que estaba enemistado con el gobierno y hubo no sé cuantos meses pelea para que subieran el canal, porque si no, nadie lo podía ver. El cambio más grande fue allí cuando apareció en Cablevisión que es el que más alcance tiene. Antes pasaba por Telecentro, que en ese momento era bastante más chico, luego de unos meses Direct TV que lo pasaba 12 horas, no las 24 y después un año ya estuvo en todos, todo el tiempo (Valeria Dotro).

[*TV Rá Tim Bum*] ela já nasce por sedimentos e assinatura. A 13 anos atrás não existia um canal na TV por assinatura infantil brasileiro. Então a gente foi o primeiro canal infantil na TV por assinatura só com conteúdo brasileiro. Foi um marco na época, né? porque a gente tinha a *Nickelodeon*, *Cartoon Network* com conteúdo que venham de fora. Era um espaço muito pequeno, porque era a gente fazer o conteúdo brasileiro, pro brasileiro. Então quando entrou *TV Rá Tim Bum* foi um modelo de negócio que a gente em ano em que ganhou um prêmio da BTA como caso de sucesso porque foi uma inovação entrar no mercado que não tinha que era todo estrangeiro e por uma TV por assinatura ali destinado a exibir conteúdo brasileiro para as crianças brasileiras, 24 horas no ar exatamente (Ida Iervese).

E aí paralelo pela OTT também né? para poder distribuir o conteúdo e, não vai ter na dinâmica de TV por assinatura em chamada de programa quando assim mas você tem um conteúdo para você acessar e assistir a mãe pode colocar ali no tablet para crianças e deixa lá assistindo o conteúdo que ela sabe que é. *On demand*, a gente está logo agora também negociando com um Sky para entrar no Play. Se a gente não tem conteúdo porque a gente aca negocia notas o na aula está negociando para ficar o conteúdo para ser acessado, porque a criança assiste na hora que ela exato e a TV ela tem um público alvo like é bem consolidado que a criança de 2 a 6 anos. A gente com certeza fala com essa criança 2 a 6 (Ida Iervese).

Es muy cara aquí en Brasil la televisión de pago y es más cara ahora incluso cuando los servicios como Netflix se están afectando el mercado de la televisión de pago (Beth Carmona).

Es muy complicado de saber [la penetración del cable] yo te podría decir que el cable en el Perú equivale al 40%, pero en verdad todo el mundo lo piratea, pero en un comienzo, el problema fue que nosotros estamos en cable HD, entonces recién este año, hace unos meses nosotros logramos estar en la señal SD del cable, lo cual es complicado por cuestiones de calidad de imagen, pero al final, lo que queremos es que se vea (Renzo Amado).

Pakapaka es una señal de cable también no es solo TVA, o sea, *Pakapaka* y *Encuentro* incluso (Martín Becerra).

[*TEC-TV*] No estamos en el cable y fue una cosa que en principio se empezó a gestionar, pero lo que estrenaba el ministro, ahora no sé no es su prioridad y quedamos ahí, yo estoy trabajando en él el referente de la web para empezar a hacer... Nosotros tenemos *streaming*, tenemos canal YouTube, tenemos Facebook, tenemos Twitter y por las redes por cómo te decía nos vemos, y ahora estamos modificando un poco la web todavía no ha salido estamos justamente trabajando en esto como para tener no sólo el contenido del canal sino contenido complementario porque la idea es cómo migrar de a poco alguna plataforma pero bueno para esa migración hay que poner un montón de plata, un montón de cosas que no estarían no es el momento de hacerlo ahora (Mariana Loterszpiel).

Otro ámbito de desarrollo para los canales abiertos dedicados a los niños y niñas son las plataformas digitales, algunas de las cuales reúnen la producción de las señales públicas:

Tenemos Conéctate desde Educar y que para mí que es un gran portal. Yo creo que en Educar todavía no se dieron cuenta que existe, porque es el afiche anterior y apenas se den cuenta que existe lo bajan. Se sigue teniendo el mismo logo de Encuentro de antes para mí se olvidaron de que ésta, nunca se enteraron (Mariana Loterszpiel).

Pero Conéctate es una gran cosa porque está todo el material subido con toda la información que estaba muy bien y se podía bajar gratuitamente en cualquier lado con lo cual cualquiera tenía acceso con práctica de cómo utilizar ese contenido. (Mariana Loterszpiel)

El canal Cine.Ar tiene cine, películas, series, pero no de *Pakapaka* ni de Encuentro. Conéctate es un repositorio de Encuentro, *Pakapaka* y *Depor-TV*. Lo que no está es lo que no es producción local, se ponen las producciones y coproducciones (Valeria Dotro).

Sí, bueno, nosotros tenemos los contenidos *RCTV PLAY* y tenemos en la página de *Mi Señal* también algunos, pero pues igual si queremos que los niños no salgan casi de la página de *Mi Señal*, que estén lo que tengan que estar pero que no tengan que ir a otro lado para ver un video, pues entonces eso es lo que hemos hecho, también hemos fortalecido toda la parte de actividades presenciales (Sandra Téllez).

Respecto de la **Colaboración internacional** uno de los puntos destacados es el intercambio de experiencias entre los canales de TV infantil pública de América Latina. Mariana Loterszpiel y Valeria Dotro se refirieron por ejemplo a la puesta en marcha de *Pakapaka* y *Mi Señal* de *Señal Colombia*:

Fuimos a contar mucho nuestra experiencia en Colombia y entonces hoy *Mi Señal* también tiene muchas cosas que con las que nosotros aportamos. Ahí no solamente estaba Lana, estaba Yamile [Sandoval], Jan Willem Bult es como todo un grupo de gente que nosotros también hicimos mucho *workshop* con Yamile [Sandoval], cómo que todo un grupo de gente decidido a ir hacia un lugar sobre todo para aprender (Mariana Loterszpiel).

Creo que lo hay son experiencias de muchos países que son interesantes. Muchas experiencias de países nórdicos fueron interesantes para nosotros. Cosas que se hacían en Brasil, cosas que se hacían en Colombia. Bueno, *PBS*, pero era mezcla de encontrar estructura y formatos de otros lugares, pero poniendo una lógica más local o regional. Otro logro importante fue la colaboración regional. Con Chile nos pasaba mucho encontrar productores, animadores y creadores infantiles muy buenos, que no tenían pantalla y que pudimos hacer montón de cosas interesantes. Me parece que fue algo interesante, que no tiene que ver exactamente con la creación de *Pakapaka* y fue descubrir una red de televisión infantil en América Latina que fuimos retroalimentando bastante bien (Valeria Dotro)

Uno de los aspectos centrales de la colaboración son la coproducción de contenidos en conjunto con otros canales infantiles públicos de la región. Según Renzo Amado, de esta forma es posible llenar las parrillas con contenidos latinoamericanos de calidad y generar nuevos contenidos sin gastar demasiado:

Yo tengo una cabeza que me la forme en el Estado, no la tenía, tengo una cabeza de todos los que estamos en el Estado: hay que compartir los recursos, compartimos, intercambiamos y los complementamos (Mariana Loterszpiel).

Y la idea que nosotros tenemos es de alguna forma intentar y fomentar y por eso me reuní con la Sole [Suit], también con Sandra [Téllez], es crear un sistema de red de trabajo enfocado no a coproducir, como una coproducción de dinero, sino una coproducción de partimos una serie y que cada quien lo desarrolle (Renzo Amado).

La idea fue acá, la idea se dio en el *Prix Jeunesse*. Sí, que es un poco que lo que hizo *Big City* en la Red TAL, entonces tengo ese contrato parado en el canal hace un año, o sea, el acuerdo, entonces le sigo dando vueltas, como hace una semana tengo un correo de nuevo que lo están viendo e igual es burocrático, y estoy esperando a que salga una serie que la podamos hacer todos (Renzo Amado).

Sí, o sea, no hay mucho, recién se ha abierto la red TAL para infantil, entonces justo me bajé un programa, hablé con Diana y con Sandra [de *Mi Señal*] porque encontramos un programa que nos gusta, que se llama algo de *Juegos* que son niños y niñas hablando de un determinado juego. Bueno, el tema es que nos gustó, pero nos dimos cuenta de que muchos juegos no tienen nombre y no hay *pata* con el nombre peruano, entonces pedimos permiso para subtitular el nombre del juego, nos dieron aprobación y creo que la próxima semana empezamos, y entonces funciona (Renzo Amado).

Otro aspecto que apareció en las entrevistas fue la ampliación de los mercados, tanto a través de la firma de convenios, la coproducción y la llegada a países de la misma comunidad lingüística, como señalaron Mariana Loterszpiel, Valeria Dotro e Ida Iervese

Así que bueno, lo que nosotros hacemos acá en este canal [TEC-TV] es en la medida que seguimos pudiendo por un lado convenios con Colombia, tengo convenio con México. En camino tengo convenio con Uruguay, intercambiamos programación de igual cantidad de horas de programación un canal y otro. Pertenecemos a la red TAL, con lo cual nosotros también podemos sacar material de la red, hay poco para nosotros porque la verdad que es muy específico. Me gustaría mucho ser franja infantil pero no nos da la administración y no tengo gente, la verdad que no tengo gente especializada en eso (Mariana Loterszpiel).

El futuro tiende a la coproducción, porque es lo que está pasando ahora [en Latinoamérica]. Pienso habría que ver de qué manera Latinoamérica puede a empezar a interactuar más con Europa y Estados Unidos, no sólo ir a los festivales, sino que realmente haya un real intercambio también con otros países, que quieran producir con nosotros (Valeria Dotro).

Yo escuché mucho de gente que es de acá, pero que realiza proyectos de fuera y eso también es otra estrategia (Valeria Dotro).

A gente já esteve no exterior, já tivemos no Japão e Portugal. E a gente passou por um período de negociação pra a gente de novo voltar para os países de língua portuguesa: Angola, Guiné Bissau, Lisboa, fazer Portugal, fazer a gente está estudando de novo voltar pra principais línguas portuguesas. No Japão a gente esteve com a comunidade de Brasileiros lá em 2006, 2007. A gente já também negociou, já foi para fora também e a gente vira e mexe de volta à negociação para poder expandir o canal internacional já estivemos, queremos voltar (Ida Iervese).

Sandra Téllez y Renzo Amado también se refirieron a la internacionalización de formatos y a la compra de programas entre los canales, a precios más accesibles que los que fija el mercado comercial, fenómeno que debe ajustarse a la realidad económica de las señales:

Luego, La Lleva se quiso replicar de manera internacional, entonces fue cuando se hizo con Argentina, con República Dominicana y México, entonces yo creo que ese fue como el primer impulso, o yo lo percibo así porque en ese momento aparecí yo (Sandra Téllez).

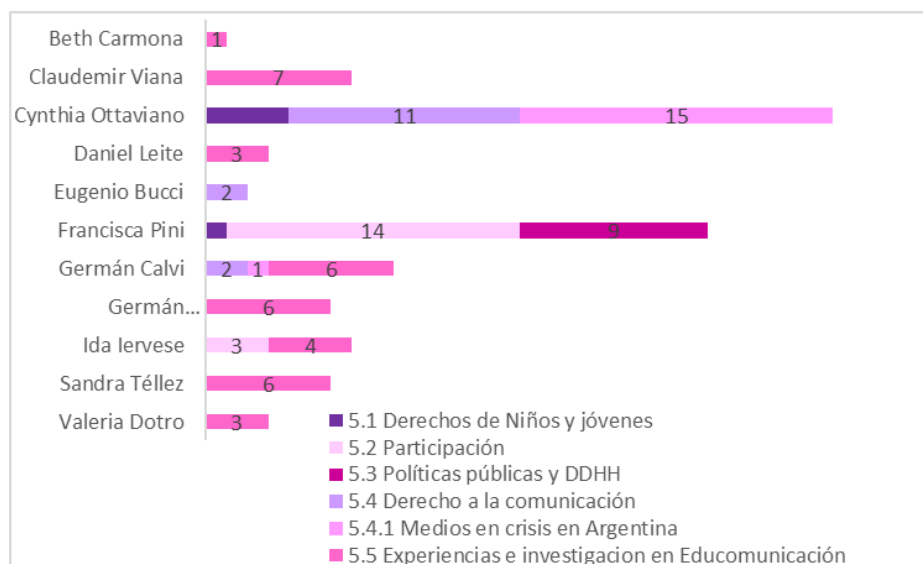
Justo ayer conversaba con la gente del canal porque había una intención de Mariana [Hidalgo de TVN] de comprar la serie [Martina y Rigoberto] y ahí yo le decía yo no te puedo cobrar porque no es ético, yo no te puedo cobrar más de lo que tu país me vende, entonces a mí me venden muy baratas lo que es un canal nuevo, o sea, por ejemplo, *El hombre más pequeño del mundo*, los 56 capítulos, lo han vendido a 2.000 dólares. Entonces yo no puedo decirle Hola, ¿quieres mi programa? Dame diez mil (Renzo Amado).

Y me ha pasado mucho y no sé si le pasa a la televisión en mi país, que cuando han llegado auspiciadores a Artesco que es una cosa muy grande, uno ya quiere hacer la Navidad. Entonces yo puedo hacer un programa de ese tipo por 50 mil, pero empiezan a valorizarse muchas cosas del canal como si fuera un canal muy grande, entonces terminan pidiéndole a Artesco 300 mil, porque la señal cuesta. Entonces, hay un mal manejo todavía, hay que hacer un equilibrio y eso nos falta aprender, y ya que está lo de Mariana [Hidalgo], sentémonos y conversemos y seamos realistas y veamos cuánto cuesta, y tampoco le queremos cobrar a Chile para hacer la segunda temporada, y no por maldad, sino porque no hay un precedente (Renzo Amado).

4.4.6. Análisis de entrevistas según Eje Audiencias, Gobierno y Derechos

En este eje se reúnen los temas vinculados las políticas públicas los Derechos de niños, niñas y jóvenes, en especial en de la participación. Derecho a la comunicación y Derechos Humanos.

Figura 70. Referencias Eje Audiencias, Gobierno y Derechos, por tema y actor



4.4.6.1. Derechos de Niños y jóvenes

Uno de los temas centrales en el eje son los Derechos de Niños y Jóvenes en general y en su calidad de sujetos comunicacionales y participativos. La crisis económica en Argentina es uno de los temas mencionados por Cynthia Ottaviano, que señaló que esta situación está poniendo en riesgo Derechos fundamentales de las familias:

Pero la percepción primero es del bolsillo, primero es la necesidad del trabajo. Se han perdido puestos de trabajo en Argentina y esto genera una situación de crisis que empieza a aparecer con algunas problemáticas, pero sobre todo en las clases más populares. Claro que lo que hay y hubo es una transferencia de recursos hacia las clases con mayor poder adquisitivo desde esas clases populares (Cynthia Ottaviano).

Hay una serie de problemáticas vinculadas con la niñez, que son fácilmente rastreables, en el sentido de que aumentado la pobreza sobre todo en niños, niñas y adolescentes. Ha aumentado la marginación. La Universidad Católica de la Argentina y la UNICEF podemos encontrar las estadísticas de que en la Argentina se ha llegado al deterioro en los consumos de leche, como en la crisis del 2001 (Cynthia Ottaviano).

Otro aspecto que consideró la ex Defensora del Público es la criminalización de la infancia y la juventud en los medios de comunicación, aspecto en el que concuerda con Francisca Pini:

El caso de C5N es un caso paradigmático, porque lo que pasó fue que acusaron unos chicos de una villa, que en realidad eran actores grabando una película, de ser integrantes de una organización delictiva (Cynthia Ottaviano).

Claro en toda Latinoamérica hay una demonización de la juventud y una alta criminalización de la niñez y adolescencia, una sexualización y hipersexualización de las mujeres, una discriminación muy profunda del colectivo LGTB, también estigmatizaciones de los pueblos originarios y poblaciones afrodescendientes. Es decir, que eso lo que da son lógicas de producción que son clasistas, que son machistas, socialmente discriminatorias, tan difícil de cambiar (Cynthia Ottaviano).

Então aqui tem até uma página da conferência da juventude onde vários jovens mobilizados ne? em Brasília nós fizemos toda a sistematização do que saiu dessa Conferência da Juventude e aí a juventude brasileira como toda o juventude mundial ela é muito criativa, ela é despojada é arrojada, e ela tem nível de registro que acho que está colocado nem com as redes sociais como que a juventude consegue produzir conhecimento fidedigno com diferentes mídias; então *Twitter*, na no *Facebook*, pequenos vídeos, tão eles colocaram a questão comunicação como a questão. Porque ele sabe que eles são vistos pela sociedade e pela mídia vendida como baderneiros, vagabundos, maluquices, sabe? Maloqueiros sim se interesse em fazer nada senão não sei se esse projeto nós temos sonhos nós queremos mudar o Brasil, só que nós não temos espaço para dizer nossa voz é o nosso lugar de fala é um não lugar (Francisca Pini).

4.4.6.2. Derecho a la participación

Francisca Pini e Ida Iervese se refirieron a el estado de la participación de niños y jóvenes en Brasil. La primera señaló en general la participación está entendida como un ejercicio electoral, lo que no permite educar en el concepto de ciudadanía y propone tanto el involucramiento de niños y jóvenes en las vidas de sus comunidades, como que el Estado considere el ejercicio participativo como vinculante con las decisiones. Ida Iervese se refirió al creciente protagonismo de jóvenes como portavoces en causas que los afectan, en todo el mundo:

Si, porque diziam que era impossível para uma criança de 9 anos participar de um conselho escolar e a Ângela fundamento. E aí essa disposição do adulto em querer abrir os espaços, organizar o espaço, ambientar o espaço e falar uma linguagem que a criança acompanha. Estão é um aprendizado político também do adulto, então requer uma desconstrução nossa que nem sempre nós estamos preparados. A gente fala muito de democracia, mas quando a gente precisa criar meios para a convivência lá nós temos muitas dificuldades, os adultos têm muitas dificuldades em viver a democracia efetivamente como a gente tem defendido (Francisca Pini).

Quem não vê nessa direção não olha, e então nós estamos vivendo no Brasil este momento um descenso da participação. Que têm mais resistido hoje no Brasil são os movimentos sociais, será porque por dentro dos espaços públicos tem havido uma perseguição as ideias que são mais democratizadoras, que ampliam a participação popular, é tem havido uns cerceamentos das liberdades mesmo nós vivendo no estado democrático de direito (Francisca Pini).

Sim, em uma participação muito, muito formal, eleitoral, e que não incide na consciência das pessoas nessa participação. Porque uma participação eleitoral quando ela não é trabalhada em vários níveis, ela fica somente para você legitimar o poder. Então você não discute projeto, não escuta, não conhece nada. É que esses processos te ensinam a viver a vida do município, te ensina a pensar propostas para sua escola, seu bairro e sua cidade, ou seja é um desenvolvimento processual para uma cidadania plena (Francisca Pini).

E agora detém nos EEUU também os estudantes também se colocando claramente com ideias bem consistentes. E sabe e formas e manifestações e formas inteligentes a menina, ela opta não falarem, o silêncio e a emoção ali ela consegue atingir é uma forma como os estudantes aqui, também do ensino fundamental que foram que criaram aquela greve e foram vistos, eu acho que a gente tem sim uma nova geração conectada. Eu acho que todo momento tem vai ter os que estão conectados e muito conectados, mas não dá para dizer que essa geração está. Eu acho importante a gente vê esses estudantes desses jovens sendo se colocando e sendo ouvidos. Tendo direito a fala, de reivindicar e de opinar, argumentar. Foi esperançoso de ver que está ali com garra. A gente está num momento muito difícil de polarização de muitas coisas, muito forte (Ida Iervese).

A gente agora está no momento que ser vem discutido isso por conta das redes sociais que estão em evidência por conta dos escândalos mundiais. Então ao momento de reflexão e da história e acho que vai ter, uma vai chegar o momento de pensar... Aqui no Brasil há dois anos três anos três anos atrás a gente teve dos estudantes do ensino fundamental que foram atuantes politicamente nas greves. Nas manifestações eles se colocaram e foram super representativos, eles não tão alienados (Ida Iervese).

De saber que as a criança é importante, o jovem é importante, o adulto é importante, e os idosos são importantes pra harmonia social. Então, quando a gente colocar as crianças falando sobre a autonomia, solidariedade que é importante ver na casa seu filho, está pensando a lá. Eu falo nossa essa menina tem oito anos, olha que está falando, olha como está sendo, olha a consciência que ela já tem. A gente vai lá conversar com os adolescentes. A gente conversou com o menino também que lançou um livrinho de entrevista que ele fala já da consciência dele como o negro. Como essa uma criança negra viver numa sociedade racista com 12 anos (Ida Iervese).

Si e essa experiencias que ouvem as crianças elas não são muitas no Brasil, nós temos a cada dois nos conferências lúdicas claros chamadas pelo órgão central, mas na sua organização essas conferências por vezes não são tão é didáticas é

para alcançar as crianças o seu nível de conhecimento então didáticos e assim com materiais com espaço próprio e aí se ela não pensa no espaço como filas como que eu vou sistematizar o que houve para depois voltar a criança como uma ação concreta do Estado. Então esses processos não pode ser só acabou vamos ouvir tão perigoso. Então eu percebo que se nós né novo não tinha muitas pessoas vigilantes processos é como se eles ficassem processo muito formais sem resolatividade (Francisca Pini).

4.4.6.3. Políticas públicas y Derechos Humanos

Con Francisca Pini se trató el tema de la colaboración de las instituciones de la sociedad civil con el gobierno para la formulación de políticas públicas, en especial en el ámbito de la educación y de la educomunicación. La investigadora se refirió a la disminución de la **inversión pública en educación** y de otros ítems esenciales en Brasil desde el gobierno de Michel Temer, con consecuencias para la situación de los profesores:

Então não há canais que nos acolham pra que a gente possa participar então essa conferência foi muito importante e 2016 até aca claro não tenha havido mais nada porque o Brasil está, nós estamos resistindo para que não haja mais perdas porque todo dia, toda semana é uma perda gigante. Em 2014 nós fizemos a nossa última conferência que a de educação que colocou aprovou 10% do PIB nacional para investir na educação e na saúde. Só que quando o governo golpista entrou retirou essa deliberação, então Brasil até 2014 investia em média 4% do PIB nacional do Produto Interno Bruto. Então com a descoberta do pré-sal [petróleo submarino] né vários estudos foram feitos e é e identificou se que 10 por cento era possível ser investido na educação, na saúde porque esse dinheiro era uma arrecadação nova a partir da extração do pré-sal, que foi descoberto em 2009 (Francisca Pini).

Brasil está vivendo essa é uma morte por dia porque esse caso aí você perde o direito é uma conquista social é uma morte por dia e a gente vai resistindo no início porque a gente nós somos fortes, a gente não desiste jamais (Francisca Pini).

O estado brasileiro atravessou o século vinte inteiro, chegou no século vinte e um, sem pensar políticas públicas para a juventude, então se você me perguntarem o Brasil tem política pública para a juventude? Eu vou dizer pra você não. Nós temos uma obrigação de oferecer para a criança no ensino fundamental ele está universalizado. Ensino fundamental são nove anos aqui no Brasil. Quando você chega no ensino médio, não tem vaga para todos, não tem vai então a oferta assegurada a quem vai buscar. O que mais tem no Brasil são jovens de 15 a 18 anos fora da escola, é porque tiveram um péssimo desempenho ensino fundamental, porque a escola não é também uma coisa atrativa que é nós temos que nos reinventarmos em vários pontos. Um der um deles é a educação e alguns jogos ficou para trás e esse que fica para trás dificilmente eles conseguem elevar a escolaridade no campo profissional. Quem não tenham ensino médio vá conseguir trabalho? Então acho que é resto

de a juventude pensar que é si envolver em trabalhos precários, ambulante, empregos precários, sem direito trabalhista, si, bom, acabamos de perder nossos direitos trabalhistas é com esse governo golpista dois mil e 2017 foi aprovada a reforma trabalhista que vários os direitos sociais foram arrancados, confiscados de nós esperamos que a gente consiga ter fôlego para reverter esse processo (Francisca Pini).

Em 2013 mesmo foi pensado Conferências para a Juventude. Conferência de criança várias de nós 90 até hoje várias conferências, mas a juventude essa faixa etária que vai pela Unesco dos 16 até 29 anos. Esse público pouco se dava atenção porque o estado da criança pega até os 17 anos e 11 meses e uma segunda parcela fica uma descoberta então no governo Lula e Dilma ampliaram os debates sobre juventude e fiz e nem foi criado um Centro da Juventude e várias conferências. E eles colocam a questão da educação, a questão trabalho, a questão do lazer, a questão da própria sexualidade como questões em que as políticas públicas deveriam tratar e nosso Instituto [Paulo Freire] nós coordenamos as duas primeiras Conferências da Juventude (Francisca Pini).

La investigadora se refirió a una serie de acciones del Instituto Paulo Freire que ejemplifican políticas públicas exitosas respecto de la participación infanto-juvenil en la escuela y en las comunidades. El primero de estos proyectos fue la asesoría que se realizó el instituto Paulo Freire a la prefectura de Sao Paulo respecto del Presupuesto Participativo de la Infancia, proyecto que describió en su inicio, gestión y aprendizajes:

É uma das experiências que mais é ficou visível neste contexto já em século 21... em 2004 nós vivemos uma experiência no Município de São Paulo nós assessoramos a prefeitura de São Paulo e nós instituímos com o governo municipal o Orçamento Participativo Criança. E neste Orçamento Participativo Criança nós fomos dialogar com as crianças do ensino fundamental e nesse diálogo com elas o nosso objetivo era é compartilhar com eles a noções de orçamento para que eles pudessem contribuir com o orçamento da escola. Isso parecendo um primeiro momento algo meio desafiador, porque os educadores e educadoras não estavam familiarizados com essa temática do orçamento. E aí até primeiro desconstruir esses educadores, ne? essa questão do conhecimento organizado em caixas, ne? Que Paulo Freire já tinha de tentar desconstruir na década de 90, quando ele foi secretário de educação, então primeira questão que ele tentou fazer aqui em São Paulo foi desconstruir essa ideia do conhecimento em caixas com o projeto da interdisciplinaridade. Então 91, 90, 91 quando ele foi secretário ele traz essa concepção de como organizar ao conhecimento na escola o problema da interdisciplinaridade. Foi um projeto que ele deixou sedimentado numa rede de educação que tem mais de 150 escolas, uma rede gigante (Francisca Pini).

Participaram mais de 150 escolas de educação infantil de, de educação ensino fundamental. Bom com a nossa experiencia do operar com criança, nós elegemos por sala um representante menino e menina, pra pensar também que a vida política se dá nessa relação entre gêneros, sempre pensamos nessa questão e aí nessa relação de representações nós juntávamos por período e trabalharmos alguns conteúdos na nossa avaliação, indispensáveis a uma

gestão escolar: concepção de democracia, concepção de participação, concepção de orçamento e concepção de cidadania, para que eles pudessem perceber que desde a tenra idade era necessário desenvolver esse conhecimento, e essa atitude cidadã. Pelo espaço público e por meio desses conteúdos os estudantes eram desafiados a pensar como que lhes comunicar em uma sala o que eles estavam fazendo. E cada um foi pensando formas de dialogar com a sala, então um escolhia um mosquitinho que é um tipo menor que um panfleto, outro pensava no mural com que eles colocavam palavras chave, é que eles aprenderam na formação. O outro elegia um boletim mais detalhado e cada aluno seu perfil e outros pensava em vídeos curtos que pudesse comunicar (Francisca Pini).

Então tudo isso com o apoio da direção da escola e tudo isso com o apoio da própria Secretaria da Educação que a época é foi a professora Cida Peres. Bom, esse projeto eu não temeria em dizer que foi a maior experiência que o Brasil viveu com crianças do ensino fundamental sobre o exercício da cidadania desde a infância. E esse exercício pensando orçamento que é um tema árido, difícil de ser tratado é num contexto escolar, que tem um currículo que tem que ser assegurado, então se não houvesse uma gestão política de quem estava na coordenação e no executivo não seria possível ter vivido essa experiência (Francisca Pini).

E os aprendizados foram muitos: Primeiro, os educadores que nós formamos no processo atuar com as crianças; Segundo, a relação que se construiu na escola para vivenciar essa experiência; Terceiro, a própria gestão democrática que foi construída por dentro da escola; Quarto, o exercício de pensar uma comunicação relacionada com a educação e diversas mídias pensadas e construídas com o olhar da criança e do adolescente envolvidos no projeto. Que nós poderíamos chegar com as nossas linguagens e encantar né, mas é com a lógica que somos, pela própria lógica que norteia o trabalho pela convicção política que é assim que nós concebemos a educação, que é consumida por as pessoas, não para as pessoas. É favoreceu esse aprendizado nosso e dos sujeitos que estiveram envolvidos nesta ação, que durou mais de dois anos (Francisca Pini).

Francisca Pini también se refirió al Plan Estadual de Educación en Derechos Humanos que desarrolló el Instituto Paulo Freire, como un segundo ejemplo de política pública desarrollada con el compromiso del gobierno del Estado de Sao Paulo, el Instituto y la ciudadanía:

Então é assim só para você entender esse plano estadual. O Brasil desde 2006 tem o Plano Nacional de Educação em Direitos Humanos. O Brasil depois de uma longa caminhada aprovou o Plano Nacional. O Plano Nacional tinha como diretriz que os estados elaborassem seus planos, nós somos 26 estados da federação mais o distrito federal e São Paulo. Ano passado o Instituto Paulo Freire nós fomos compondo uma rede de intelectuais, pesquisadores e ativistas políticos. Nós compomos uma comissão de organização para pensarmos como que a gente iria construir um Plano Estadual, no momento em que a ofensiva neoliberal para desmontar Direitos nós vamos pensar em uma política de

Estado, porque o plano é uma política de estado que leva os Direitos Humanos para o maior estado do Brasil que São Paulo (Francisca Pini).

E aí nós, nós tínhamos que envolver os órgãos públicos: o Conselho Estadual da Pessoa Humana, a Defensoria Pública, o Ministério Público e a Secretaria de Estado Educação. Assistência, saúde e cultura envolvemos todo mundo. Montamos cinco grupos temáticos intitulado igual o plano nacional: de educação básica, educação superior, educação não-formal, educação e mídia e educação da segurança pública em cima da justiça. Para cada eixo dois profissionais com o acúmulo teórico prático nas áreas para que pudesse animar o processo de elaboração dos estudos da realidade daquele eixo. E depois pensar em objetivos, metas para cada om. Bom nós trabalhamos durante 11 meses. Primeiro semestre identificamos os dados da realidade de cada eixo como dia 15 de julho o documento-base estava pronto para percorrer 22 audiências públicas pra ouvir a população paulista sobre o plano e coletar mais informações. No dia 21 de setembro nós fizemos a última audiência na Assembleia Legislativa em outubro nós compilamos todas as propostas. Em novembro protocolamos documento no Conselho Estadual da Pessoa Humana. E agora fevereiro de 2018 foi aprovado o plano no Conselho Estadual. Agora o secretário de justiça e defesa da cidadania precisa de uma gestão junto ao governo do Estado e para que o projeto vire Lei. (Francisca Pini).

Então já está aprovado, por exemplo, com aprovação do Conselho cada política já pode começar a pensar. A luz do plano que ações serão formuladas no âmbito da sua secretaria está que é aquilo que diz respeito à educação em Direitos Humanos seja implementada. O que vai depender do governador é ver a lei para que a gente possa cobrar o orçamento (Francisca Pini).

Otro ejemplo destacado por Francisca Pini en el marco de las políticas públicas de educación y participación infantil fue el proyecto Semillas de primavera, cuya motivación y desarrollo describió:

Depois ainda no espaço escolar nós temos uma outra grande experiência que foi na prefeitura municipal de Osasco, um município do grande oeste paulista que tem 750 mil habitantes. Nos envolvemos também uma experiência similar ao que vivemos em São Paulo intitulada *Sementes de primavera*. As crianças foram naquela época as crianças da educação infantil a partir dos 4 anos e da educação fundamental, ambas as modalidades da Educação infantil ensino fundamental. Foram desafiados agora os docentes da educação infantil a desenvolverem com as crianças processos participativos da vida da escola, esses processos participativos foram pensados por meio do projeto Eco-político-pedagógico. Colocamos mais um adjetivo é com essa dimensão na da questão socioambiental porque por entender que essa dimensão eco pedagógica precisava cada vez mais a adentrar na vida da escola entendendo a questão eco pedagógica como é essa relação homem-mulher- natureza, não a natureza lá, e as pessoas aqui. E como se dava essa relação eco pedagógica a um nível das relações sociais (Francisca Pini).

Então como nós estamos nos sustentando, pra pensar a sustentabilidade do planeta, então como é que a gente se cuida neste contexto que as relações sociais estão tom de laceradas, estão tão fragilizadas por todo um contexto mundial em que nós estamos vivendo (Francisca Pini).

Então esses valores e princípios foram amplamente trabalhados com os docentes de educação infantil ensino fundamental para que fosse desenvolvido com as crianças por meio do currículo da escola. Só que com ensino fundamental nós fomos mais longe, nós também elegemos duplas de crianças meninos e meninas para vivenciarem semanalmente encontro conosco encontros com os educadores para que pudessem pensar de que forma eles poderiam contribuir com o currículo da escola, que forma eles poderiam contribuir com o projeto Eco-político-pedagógico. E aí as questões que vieram das contribuições das crianças foram muito interessantes e que contribuições vinham da ordem das relações por exemplo: a professora poderia falar mais baixo ela grita muito; a diretora poderia nos ouvir mais; o recreio poderia ser mais bem coordenado. Então as crianças disseram é de essas contribuições ao nível das relações ao nível dos espaços eles queriam mais ludicidade, eles acharam uma escola pouco lúdica, muito fechada em transmissão de conhecimento crianças. Eu estou falando aqui do 3º ano do ensino fundamental quem diz olha, muito conteúdo poucas relações e pouca participação (Francisca Pini).

Nos sistematizamos isso e anualmente nós fizemos conferências lúdicas, que eles elegeram temáticas a serem discutidas nas conferências. E após discutir as temáticas na conferência sistematizávamos e enviávamos a Secretária de Educação e está pegava este documento e levava à reunião pedagógica com as supervisoras, que depois devolviam para os diretores. De modo que os diretores e diretoras trabalhassem isso com seus professores nas suas unidades educacionais (Francisca Pini).

Muito consolidado foi de 2007 a 2012. A secretária Maria Jose Favarão foi a gestora pública que possibilitou esta experiência em no longo período, por apostar na questão da democracia participativa desde a infância. Si, neste município para que isso desse certo nós assessoramos aqui a Ângela Antunes, a presidente do Instituto, ela é pesquisadora também na gestão democrática, eu sou pesquisadora em educação em direitos humanos e movimentos sociais. A Ângela pesquisa muito dentro da escola a questão da gestão democrática. A época a Ângela assessorou a Câmara Municipal de Osasco a mudar a legislação para que a lei pudesse incorporar crianças no conselho de escola a partir dos 9 anos (Francisca Pini).

Então tem o projeto do OP criança, Semente primavera de Osasco e aqui atualmente o Mova. Têm muitas publicações, outras questões. Bom, 2013 o Brasil passou por uma nos, Brasil nós governo brasileiro com a sociedade é 1990 nós formulamos, fomos o primeiro País nós assinamos em 89 a Convenção da criança, né? em que assegura na Convenção que pressupõe a doutrina da proteção integral e o Brasil sai de ditadura em 85 86 tenha construindo em a Constituição Federal. Em novembro nós formulamos o Estatuto da Criança e do

Adolescente, esse estatuto ele prevê a participação das crianças desde da tenra idade, só que infelizmente muitos educadores brasileiros não entenderam qual a ideia, concepção, filosofia do estatuto e muitos deles não conseguiram implantar esse princípio nas unidades educacionais no Brasil. Desde o século 20 inteiro a questão da juventude, principalmente tudo juventude negra, pobre e que reside em locais muito vulneráveis, foram aviltado seus Direitos, então a juventude brasileira é uma juventude é que sofre cotidianamente violência (Francisca Pini).

4.4.6.4. Derecho a la comunicación

Cynthia Ottaviano se refirió a la mirada a la comunicación como un Derecho Humano, a partir del Informe Mc Bride y directrices de la UNESCO:

Esa idea mundial, que formaba parte del NOMIC, Nuevo Orden Mundial por la Información y la Comunicación, que en el propio informe Mc Bride como lo conocemos en el campo comunicacional, también se reconoce el derecho de la comunicación como una evolución de la libertad de expresión (Cynthia Ottaviano).

En ese informe Mc Bride también se reconoce a los públicos como sujetos de derechos, se los reconoce como actores de la comunicación y sin duda el informe manda y se termina el 79, en el 80 se presenta en la UNESCO (Cynthia Ottaviano).

Entonces estas preocupaciones por generar una comunicación como un derecho humano, no concebida como una mercancía, esta preocupación porque la información le pertenezca al público y no nada más a los que se anunciaban como los dueños de los medios, bueno nada más que los periodistas tampoco. (Cynthia Ottaviano)

La preocupación por poder defender los Derechos de los grupos históricamente vulnerados entre ellos la niñez, los pueblos originarios, las personas con discapacidad también nombradas en el Informe McBride. (Cynthia Ottaviano)

Por otro lado, Eugênio Bucci se refirió a la necesidad de abordar el derecho de la ciudadanía a la información y a la cultura tanto en los medios tradicionales como a través de las nuevas tecnologías:

Lo que me interesa es saber si los niños y los ciudadanos tienen acceso a una información de calidad y a una formación cultural, de la que necesita la democracia y el futuro y el Estado y en mi opinión tiene que arreglar las maneras de garantizar el acceso a la cultura y a la información que el derecho de comunicación para todos estos puestos, esto tecnologías son accesorios al principio democrático de lo cual estoy hablando. (Eugênio Bucci).

Por lo que veo, este fenómeno de la misma manera que usted lo presenta, la tecnología es una cuestión de tecnología y tiene por supuesto sus relaciones, sus ubicaciones con la cultura, con la política, pero lo que lo que es necesario identificar son los Derechos fundamentales que están protegidos por las

políticas de cultura de información los medios son un aspecto tecnológico. (Eugênio Bucci).

La ex defensora del Público también enfatizó en las problemáticas que afectan al ejercicio de la Comunicación como Derecho, como la concentración:

Se reconoce también las desigualdades, se problematiza la concentración comunicacional como una disputa a las propias democracias. (Cynthia Ottaviano)

Que no es una novedad que la circulación de información es norte-sur a nivel mundial, que la concentración comunicacional, que hay personas que acceden a la posibilidad de enunciación, no es no tengan voz, todas las personas tenemos voz, el tema es que no tenemos las posibilidades de acceder a los mismos medios de comunicación para poder enunciar nuestras voces. (Cynthia Ottaviano)

Ottaviano problematiza el concepto propiedad de los medios, ya que según ella puntualiza en el ámbito de la comunicación no se puede hablar de propiedad porque se trata de un derecho y no de una mercancía, al igual que la salud o la educación:

El gran problema que tienen las que están sujetas a las decisiones o de los entre comillas *dueños de los medios*, digo entre comillas por la comunicación es un derecho humano a la información, no es una mercancía, por ende, no podemos hablar en términos de propiedad. (Cynthia Ottaviano)

La educación y la salud son públicas, luego serán la gestión privada estatal o de gestión comunitaria. La comunicación es lo mismo, la comunicación es pública, luego es de gestión privada o pública. (Cynthia Ottaviano)

En todo caso, de rol público de servicio social, así que lo *de los dueños* es relativo porque la palabra nos pertenece a las personas, sino no se habla un derecho humano y el estado no tendría un rol de salvaguarda como tiene por ser un derecho humano. (Cynthia Ottaviano)

Germán Calvi también se refirió a la tensión entre el mercado y los Derechos, así como a la necesidad de un cambio cultural para abordar el tema de los derechos:

Ya era una conquista para ellos [los empresarios] que habían consolidado que los lograron asesinando a una generación de gente que pensaba diferente: son 30 mil desaparecidos 2.000 muertos 300 mil presos políticos, un millón de exiliados. Es decir, vaciaste una que una generación que se oponía a ese proyecto. Dejaste campo abierto para consolidar una hegemonía militar en ese sentido y veinte años después hay un despertar generacional, político, en donde los sobrevivientes de esa generación vuelven a retomar aquel proyecto, que para mí no es otra cosa que el paradigma de la UNESCO contra el paradigma de la Organización Mundial de Comercio: es la comunicación de un derecho humano o una mercancía. Esa es la guerra ideológica: es la comunicación es un derecho humano se construye de una manera y el Estado tiene un rol. O es la

comunicación una mercancía, el Estado no tiene ningún rol y sobre todo si ellos están en el gobierno. (Germán Calvi)

Para mí íbamos en ese camino, pero los cambios culturales son procesos que llevan mucho y para mí se lograron increíbles resultados, pero no contundentes. No logramos una apropiación y una valoración de esto como lo entendíamos nosotros, como un derecho humano. (Germán Calvi)

La **crisis de los medios de comunicación en Argentina**, debida la situación económica, se ha traducido en despidos en el sector público y en el cierre de medios privados, afectando el ejercicio del Derecho a la Comunicación, tal como señalaron Germán Calvi y Cynthia Ottaviano:

Yo tengo una visión, tal vez si querés, te puede presentar cierta complejidad. La Argentina de hoy es una Argentina de retrocesos en líneas generales, en materia de Derechos Humanos y específicamente en materia de derecho humano para la comunicación. (Cynthia Ottaviano)

Entonces hay una serie de problemáticas. El deterioro en el poder de adquisición económica de los argentinos también está demostrado. Las paritarias han ido a la negativa con respecto a los índices inflacionarios. Entonces hay una serie de problemáticas que son más urgentes en la vida cotidiana, que la comunicación. (Cynthia Ottaviano)

Hoy te cambiaron la realidad, hoy te preocupa llegar a fin de mes. Con quién vas a discutir *Pakapaka*, si tienes que buscar trabajo. Eso se logra en un momento de ofensiva en la que recuperás derechos, incluís gente, generás condiciones de inclusión. En ese momento podés discutir esto, ahora estás discutiendo alimento, salario y empleo. (Germán Calvi)

A eso hay que sumarle los tarifazos de los servicios: luz, gas y otros que han hecho inviable las mismas horas de programación que tenía la comunicación comunitaria alternativa y popular. Pues la gran mayoría de las organizaciones vieron recortadas su capacidad de difusión. Cuando antes tenían 24 horas de programación pasaron a 12 horas de programación, si tenían 12 a 6, a 10. (Cynthia Ottaviano)

Lo primero que pasó fue que el Sistema Público de Medios echaron a toda la gente de programación que había, diciendo que eran mercenarios, es decir catalogándolos de una manera muy negativa frente a la opinión pública. (Cynthia Ottaviano)

Siempre en la Argentina ha pasado lo mismo. Cada vez que desde el Estado llega la palabra recortes, cada vez que del Estado se despide gente, empiezan en los medios privados, con una sucesión más importante. El primer relevamiento que hicimos en la Defensoría del Público es que más de 2500 personas habían perdido su puesto de trabajo en el marco de los medios de comunicación y habían visto precarización de su puesto de trabajo o persecución ideológico sindical. Hoy estamos hablando de más de 3.500 puesto de trabajo. Acaba de cerrar la Agencia DyN diarios y noticias que era el grupo

Clarín, del diario La Nación. Es decir, ya no se trata nada más –como algunas personas quisieron señalar– que eran los medios de comunicación que manejaba el kirchnerismo. La realidad es general. La Agencia de Diarios y Noticias acaba de echar a 120 personas que estaban ahí hacía 30 años y la manejaba Clarín y Nación y otros diarios de las provincias. El diario de Entre Ríos, El Paranaense acaba de decir que va a cerrar y es manejado por la familia Echevere, que hoy está en el Ministerio de Agricultura. (Cynthia Ottaviano)

Lo que empezó a pasar es que frente a todo este escenario que estamos describiendo general es un solo tema estamos ahí se cerró La voz de las madres, la radio de las Madres de Plaza de Mayo que ya no puede ser viable. La radio América dejó de ser sustentable y quien se erigía como el propietario se fue y dejó a todos los trabajadores y las trabajadoras en la calle. Lo mismo pasó con el Diario Tiempo Argentino. (Cynthia Ottaviano)

Con lo cual hay una realidad general que es ha sido propiciatoria para que los que se erigen entre comillas como *dueños* de los medios de comunicación tomarán decisiones restrictivas con respecto al desarrollo que venía teniendo y entonces esbozó y la realidad que no tenemos Radio América, la radio Voz de las Madres [de la Plaza de Mayo], ya no existen más. El diario Tiempo argentino a sale una vez por semana, el diario Buenos Aires Herald que se editaba en la Argentina hacía décadas y décadas, cerró. Tenés despidos en Vórtex en la Rock and Pop. En el grupo Indalo, Radio Rivadavia quebró. Y no se trata de medios nuevos. (Cynthia Ottaviano)

Comenzaron a echar a la gente por su perspectiva ideológica. Echaron a Víctor Morales, echaron a Navarro. Presionaron al Diario Página 12, que está en una crisis muy grande. Hay conflictos laborales en Radio del Plata, que también era una radio de relevancia. Hace más de un año que hay conflictos importantes, es decir las condiciones se han ido modificando al punto de que muchos periodistas o muchos comunicadores y comunicadoras tienen miedo de perder su fuente de trabajo y así comienza como vos sabes, la autocensura. Y comienza el cerrojo informativo a discusiones vinculadas justamente con estas problemáticas. (Cynthia Ottaviano)

Han echado representantes sindicales, han judicializado acciones sindicales, han golpeado a periodistas en manifestaciones como la de Santiago Maldonado. Los han encarcelado, cosas que en la Argentina no pasaba hacía años, que metieran preso a un periodista porque estaba haciendo la cobertura en la Plaza [de Mayo]. Los procesaron y los embargaron por millones, a quienes no tienen ninguna pertenencia, porque la gran mayoría pertenecen a la comunicación comunitaria alternativa y popular. Y eso no está en los medios de comunicación. (Cynthia Ottaviano)

En la Argentina, desde ese lugar, ¿dónde encuentran las audiencias los espacios para el reclamo verdadero de estas realidades? ¿van a ir a los medios de comunicación concentrada? Ha habido marchas pequeñas, motivadas por la Coalición Por Una Comunicación Democrática, *Dale pelota a la comunicación*. Yo he participado de esas marchas frente al Congreso de la Nación. No es que

no ha habido reclamos. Ha habido el otro día una marcha en reclamo por el despido de Víctor Morales, cientos de personas fueron a la Plaza de Mayo para reclamar por el despido. Ha habido también otra marcha, muy poco tiempo después que se derogó la Ley por decreto. Hubo una marcha por el primer despido. (Cynthia Ottaviano)

No es que las audiencias no reclamen, eso no es real. El propio reclamo de las audiencias está invisibilizado en Latinoamérica. (Cynthia Ottaviano)

Siempre ha sido difícil comunicar en los medios de comunicación las problemáticas vinculadas con los medios. Eso durante el gobierno el que del kirchnerismo había cambiado. Habían empezado a surgir distintos espacios para distintas visiones para analizar las problemáticas comunicacionales. (Cynthia Ottaviano)

No periodismo de periodistas como se ha dicho, porque no se trata de eso, se trata de que la comunicación es una ciencia, es un campo en la disciplina puede ser abordado como la medicina, como cualquier otra. Entonces esos espacios hoy prácticamente ya no existen. Las voces disidentes cada vez son menos. (Cynthia Ottaviano)

Que encuentren acefalía en la Defensoría del Público, que no estén dadas las condiciones que estaban dadas para su defensa, no quiere decir que las audiencias no se pronuncien. Basta con que escuches la 750 y Radio Del Plata y escuchar lo que dicen los oyentes, o lo que dicen acá en Radio Caput. (Cynthia Ottaviano)

Lo que empezó a pasar es que surgieron las experiencias como Radio Caput, Info Siberia, autogestionadas, son sustentadas por las propias audiencias, que son una forma de saltar el cerco informativo. Hay otra red se llama Photo Rock, en la misma línea que Radio Caput, en la que las propias audiencias sustentan en esos proyectos. Entonces empezó a surgir una comunicación distinta, incluso a la histórica alternativa comunitaria y popular, como espacios de resistencia sustentados, por quiénes no encuentran en otros lugares su perspectiva y eso me parece que es bien interesante. Es para prestar atención ese fenómeno. De hecho, Horacio Verbitsky que también fue presionado, formaba parte del Programa de Roberto Navarro, fueron presionados, cerraron y acaba de lanzar hoy un espacio que llama el Cohete a la luna. (Cynthia Ottaviano)

Entonces esa es la problemática. Es muy difícil darles visibilidad a los proyectos, en tanto lo que se está creando es una búsqueda de pensamiento único, a través de la publicación concentrada. (Cynthia Ottaviano)

4.4.6.5. Experiencias e investigación desde la educomunicación

Otro de los temas abordados por los entrevistados son las experiencias e investigaciones realizadas con enfoque educomunicativo, tanto por los canales de televisión infantil como por parte de otras organizaciones, no gubernamentales y académicas. Daniel Leite, describe la necesidad de considerar este enfoque en la

aproximación hacia las audiencias, desde una mirada interdisciplinaria y especialmente considerando las realidades del continente:

Es un desafío igual de Brasil que es un país que tiene muchos problemas serios de educación, es un país en donde la educación recién llegó a la totalidad de población. Tenemos grandes grupos de personas que apenas saben leer y escribir. Evidentemente la educación personal, familiar, está, pero en términos de educación formal es muy retrasado. Es un país que recién llega a sacar a sus habitantes del analfabetismo. Y la formación audiovisual es una realidad distante para ellos la televisión es un sueño distante, porque nunca pueden incluso la mayor parte de la población no ve la actividad de productor audiovisual como profesión posible (Daniel Leite).

Cuando porque pensamos ciencia, pensamos de las ciencias duras, son sólo una parte de la ciencia la historia, la literatura, la filosofía, son ciencia también y no se puede olvidar. En educación cada día más se habla de interdisciplinariedad, que una cosa no tiene sentido sin otra y yo creo que los contenidos tenemos que reflejar esta ciencia Yo creo muy importante la Educomunicación, la tecnología es sólo un instrumento (Daniel Leite).

Francisca Pini del Instituto Paulo Freire describió la trayectoria de investigación del Instituto en este campo:

O Instituto Paulo Freire é uma organização não governamental é que foi concebida pelo próprio professor Paulo Freire e vários intelectuais latino-americanos em 1991, em 92 o Instituto Paulo Freire ele se institui oficialmente em setembro é com a missão de assegurar e reinventar o legado de Paulo Freire é com o objetivo de pensar documentação é a formação e realizar estudos e pesquisas (Francisca Pini).

Então Paulo Freire ficou conosco até 97 quando ele veio a falecer no dia 2 e maio de 1997 então por cinco mas cinco anos ele ficou neste espaço aqui da rua Cerro Corá que foi o espaço que nasceu o Instituto Paulo Freire é nesse período né? de mais de 23 anos 25 vinte e cinco anos nós temos aí fizemos muitas coisas lindas, muitos registros históricos, muitas publicações, mas também muitas intervenções que nos é nos asseguraram a pensar. A teoria do conhecimento é formada Paulo Freire é em no começo do século 21 é porque o Paulo Freire se nós olharmos hoje 50 anos depois da *Pedagogia do oprimido* no que ele escreveu finalizando em 1968. Então 50 anos depois muitas coisas mudaram, mas uma coisa não mudou a desigualdade das classes, então isso continua igual a 50 anos com o Paulo Freire e assim é formulou a teoria do conhecimento (Francisca Pini).

Bom e posto isso é importante é nós situarmos a educomunicação nos projetos do Instituto Paulo Freire é primeiramente como eu disse um jeito foi pensado para a documentação, informação e pesquisa e no campo da educação seja ela escolar e não escolar a nossa preocupação foi sempre pensar como nós vamos comunicar é e como nós vamos em diálogo com educadores e educadoras vamos é aprender né? e nesse processo de quem ensina quem aprende, nós

fomos também construindo muitos processos teórico metodológicos que nos ensinaram compensar a comunicação no âmbito da educação (Francisca Pini).

O Instituto sempre levou muito a sério essa dimensão teórico-metodológica processo que nós vivemos, nós sempre procuramos seguir a teoria do conhecimento de Paulo Freire é porque realmente a formulação que ele fez, ela sempre nos deu auxílio e subsídio pra gente. Muitos desse processos é nos diferentes contextos. Então em cada movimentação, partindo do educando é o primeiro ponto de partida, eu não posso partir do meu ponto que é o texto eu tenho partir do contexto, se eu no parto do contexto do educando, da educanda, eu não vou conseguir compreender o que por onde eu vou começar este processo. É outra coisa que ele diz quando o parto do contexto eu levanto todas as questões que estão postas nesses educandos: qual é o nível de aprendizado que já sabe, que e que ele sabe do seu território e desses elementos que o extraem da realidade que ele me traz eu vou planejar minhas aulas. Então as aulas não ter sentido e vai ficar em sala porque de fato é algo que vem ao encontro das expectativas que ele colocou quando do início a proposta é de alfabetização (Francisca Pini).

Então não no Brasil desafio nosso foi formar o alfabetizador de atravessadores com esse conhecimento que a formação se viu foi nossa é uma formação inicial, a formação processual, acompanhar todo o movimento pedagógica sala de aula, acompanhar esses materiais de apoio está mudando é suporte para o educador educadora irem ao encontro de educandos, voltar para refletir o desenvolvimento da alfabetização e compreender que demandas o educando nos trazia que nós tínhamos que significar nossa prática (Francisca Pini).

Porque é um plano Transversal ele é de uma política e na educação ele é todos. É então esse movimento para São Paulo foi uma novidade as pessoas não entendem não sabe trabalhar de forma intersectorial e toda a paciência do mundo a gente tem trabalhado dessa assessoria de forma se ganhar nenhum tostão na área foi uma contribuição do instituto durante um ano é para que o documento ficasse um documento é com uma cara de política pública uma estado da federação. E Ismar Soares de Oliveira, ele coordenou o eixo junto com outros três profissionais da educação e mídia. É foi muito, muito interessante (Francisca Pini).

Respecto de la investigación en Educomunicación, este ámbito fue descrito como muy relevante en el surgimiento de *Pakapaka*, tal como lo expresó Valeria Dotro: Ida Iervese de *TV Rá Tim Bum* señaló que es fundamental en este tiempo hacer investigación y escuchar a las audiencias para ofrecerles contenidos pertinentes y apropiados:

Durante un año y pico estuvimos trabajando mucho en una investigación, en conocer proyectos de otros lugares, en mirar muchos programas, muchos contenidos audiovisuales para chicos de todos los lugares del mundo (Valeria Dotro).

En formarnos, para eso teníamos encuentros con especialistas en infancia de distintos ámbitos, de psicología, pedagogía, arte. Fue un año y pico donde el trabajo fue formarnos nosotros, pero sobre todo para ver otras experiencias y meternos más en el mundo de la infancia para generar algo que fuera verdaderamente algo diferente y desde el enfoque de Derechos. Y bueno y así nació el proyecto (Valeria Dotro).

También empezamos a analizar la importancia que tienen cada vez más la televisión y de los medios audiovisuales para el público infantil: de qué manera los chicos desde que son muy chiquitos también aprenden, conocen el mundo se conectan con otros a través del audiovisual y que la oferta que en general tienen en ese momento era de televisión era únicamente de canales comerciales y contenidos producidos afuera, especialmente en Estados Unidos y otros países del mundo, pero no había producción local (Valeria Dotro).

E difícil, estão migrando já estão fazendo processão. Eu fui fazer as entrevistas com as crianças. Levamos um grupo de crianças de 10 anos, e a gente vai conversar com as crianças o canal vai dar 10 anos, indicando que iria usar essas conversas para comprar uma peça o canal. E aí conversando com elas não podiam chamaras crianças, elas não se consideravam criança, eu falar então pré-adolescente, falo não, adolescente (Ida Iervese).

Adolescente lá está bom e aí o conteúdo que lhes assistiam já vê que eles não querem ver coisas que eles consideram de criancinhas. Por isso, *Repórter [Rá Tim Bum]* entra ali mesmo assim. Então vamos fazer um teste agora entrando na tv aberta é para ver como é mas é um não deixa de ser um outro seguimento (Ida Iervese).

A gente vai pensar muito antes de colocar um conteúdo no ar, vá avaliar. A gente vai lá tem já uma escola aqui de desenvolvimento de projetos. Não pode né está adequado para faixa etária então tem sempre é um aprendizado constante (Ida Iervese).

A educomunicação aí pode se apropriar dessas tecnologias e saber usaras então para isso é *Repórter Rá Tim Bum*. O canal de TV que a gente tanto na aberta com a assinatura é uma mídia, um veículo. Então como é que eu posso usar isso de uma forma um pouco mais consciente com respeito com ...cidadania (Ida Iervese).

En el caso de *Mi Señal*, de *Señal Colombia*, existe una trayectoria de investigación de las audiencias infantiles, sus hábitos, consumos, expectativas frente a los medios. Sandra Téllez describió las experiencias de *Alharaca, los niños tenemos la palabra* y de la participación en el estudio Princesas, transgresores, apasionados y otros:

Entonces hicimos *Alharaca, los niños tenemos la palabra* que fue el evento en donde también trajimos un montón de gente que fue inspirado en la cajita, que Chile hacía, porque Germán vino varias veces y él estaba fascinado con la cajita, porque en la cajita se hacía un poco de lo que hacía Pablo, que es mostrar contenidos a los niños y que los niños hablen frente a los realizadores, diciendo

esto me gustó, esto no y que haya un espacio de diálogo y de intercambio, entonces Germán, aún en el Ministerio dijo yo quiero hacer la cajita, hagamos la cajita este año etc., y nos decían sí pero hagamos una adaptación para el público colombiano y David Perera nos asesoró e hicimos una cosa loca, monstruosa, hicimos tres días de actividades, una locura, teníamos agenda académica, una charla cada dos horas, teníamos *focus group* con niños en donde los niños se reunían con los realizadores; Germán se ponía a meter a los realizadores a crear un proyecto como en una cámara y los niños los espiaban y escuchaban todo el proceso creativo y luego les decíamos a ellos, ustedes crean el proyecto, ya van a venir los jurados pero nunca les dijimos que eran niños, y eso se hizo tres días, premiamos la convocatoria, en esos tres días tuvimos muchos invitados internacionales, llevamos a Cielo Salviolo, Dana Ugalde, fue Cristian, fue David Perera, llevamos mucha gente que estaban haciendo como lo mismo (Sandra Téllez).

Luego los otros años ya no teníamos el mismo dinero y el mismo interés, entonces ya lo que hicimos fue adaptaciones de *Alharaca* regionales, y durante el siguiente año hicimos en Bucaramanga, Cali y en Barranquilla, aliados con canales regionales, pero ya no eran tres días, si no, una cosa más acotada de un solo día, lo que hacíamos, era hacer también proyectos para que los niños hicieran un corto días antes y lo presentábamos como en el cierre de *Alharaca* que también tenía como una programación académica (Sandra Téllez).

Y el tercer año hicimos *Alharaca por la paz* y eso lo hicimos en la comuna trece de Medellín que también fue un proceso súper bonito y también hicimos una investigación muy chévere que se llamaba *Princesas transgresores apasionados y otros*, que también está en Internet y que era un poco para indagar sobre el hábito de consumo de los niños, mezclando las metodologías de mercadeo, como investigan los publicistas a sus grupos subjetivos y también estás otras metodologías más etnográficas como para que pudiéramos tener como un acercamiento como combinaría, eso lo hicieron dos chicas, lo hicimos con Yamile Sandoval (Sandra Téllez).

[El estudio] *Princesas, transgresores, apasionados y otros*, lo bueno de eso es que cuando se analizaron los hábitos dijimos no queremos que las conclusiones sean, los niños dicen no sé qué, los niños de tres a seis no sé qué porque justo ese era uno de los hallazgos y era como no se puede si todos los niños de la edad y por genero hacen los mismo, y se generaron estas categorías que son transgresores porque eran comunes en los niños consultados, entonces empezamos a ver más a los niños más por sus perfiles que por sus características etarias o de género, entonces, claro, por ejemplo los transgresores, por ejemplo hay uno que es el niño grande que es el niño que está orientado al éxito, niños que tienen visualizado su futuro, entonces esa investigación fue muy chévere, también como que nos abrió la mente frente a no considerar a los niños por su rango etario o por lo que están viviendo en ese momento (Sandra Téllez).

Otro ámbito que comentaron los entrevistados son los talleres y capacitaciones que los canales realizan para instaurar tanto la reflexión sobre la televisión como

agente socializador y elemento educativo. Sandra Téllez de *Mi Señal* comenta que el canal también realiza talleres y capacitaciones que permiten el contacto con el público infantil a lo largo del país. Germán Covarrubias comentó cómo se desarrollaba el proceso de capacitación docente de Novasur, con las dificultades que supuso la relación con el Ministerio de educación, la tensión de un proceso de seguimiento permanente y las complejidades del trabajo con escuelas:

Nosotros tenemos esa estrategia *Ve Tele* en donde tenemos cuatro objetivos, entonces nosotros en cada salida tenemos que cumplir dos de los cuatro objetivos para que sea viable, una es la investigación, que es como la indagación o de hábitos de consumo o de probar los contenidos, si están funcionando, si les gusta o si no les gusta, la siguiente es circulación y promoción, pues poder mostrar lo que se está haciendo, promocionar entregando *merchandising*, hablando de la franja, el siguiente es relacionamiento y es como reunir a donde vamos, que tiene que ver con la vida de los niños para contarles que esto existe, porque qué pasa si ni siquiera saben que existe *Mi Señal* en algunos lugares, entonces como decirle al profesor mira tenemos esto y guías de uso y lo puedes ver y no sé qué, entonces sentarnos a hablar es como una cosa tan básica pero que no se hace, y el siguiente es producción de contenidos, entonces que pasa, que cuando nosotros vamos a algún sitio primero le llevamos una experiencia a los niños (Sandra Téllez).

A veces lo logramos, hacemos las cuatro, pero por lo menos dos, si nosotros decimos no, solamente vamos a ir a hacer un taller nos van a decir no, pues tienen que cumplir esto, no podemos hacer una salida grande solamente para mostrar el logo de *Mi Señal* (Sandra Téllez).

Lo que hacemos en estos encuentros en digital en estos encuentros con los niños, es que hacemos un perfil de tres minutos del niño, así como yo soy no sé quien, vivo en tal parte lo que sea, y lo que hace el In House es hacer la autopromoción del canal, agarran ese contenido y lo vuelven una promoción chiquita de *Mi Señal*, entonces es como Conoce a no sé quién, conoce más de la vida de él en la página de *Mi Señal* y diviértete con *Mi Señal* y esto es una pregunta que nos hicieron y es ¿cómo los niños reciben eso? De nunca haber sido visibilizados a estar presentes. Y había un dinero muy chistoso, un niño indígena y tenía acá un *Pikachu*. Y bueno, así en cada visita que nosotros hacemos, hacemos el perfil de un niño, pero a veces en los mismos canales es difícil como tener como el flujo de decir venga, entonces nos han sacado como de eso, como cuatro al aire de todo lo que tenemos, y hemos ido a un montón de sitios, entonces siempre estamos como oye, que pasó con la promoción de tal niña, bueno, ellos tienen el canal institucional que es el canal de Estado y *Señal Colombia*, entonces es demasiado, y por lo menos una vez cada dos meses, no sé qué, pero se les olvida, es una lucha también con eso porque no es prioridad (Sandra Téllez).

Todo lo que vino después fue un poquito como andar como a contrapelo de lo que el ministerio con todo lo que el Ministerio resonaba, con la frecuencia del Ministerio de Educación que no hacía más que darle, darle y darle a [el Programa] Enlaces, que además fue un proceso tan largo y poco feliz, para mi

gusto. Enlaces se está terminando, yo creo que tuvo que ver ahí con un problema de gestión del conocimiento, porque ya que no había una receta de cómo emplearlo debieron buscar en miles de experiencias que hay de uso: interesante e innovador, incluso desafiante, de estas nuevas tecnologías y haber procesado eso haberlo llevarlo de vuelta de una manera un poquito más estructurada, ya como con un modelo que hubiera construido desde abajo, desde la experiencia y eso no ocurrió. Entonces vino Informática Educativa y todo lo que ocurrió con esa los computadores que llegaban a las escuelas, que no funcionaban años y cuando funcionaban ya estaban obsoletos. Después vino todo el tema de Internet Educativa porque la gente no se acuerda que cuando se instaló no había Internet, tenían sólo computadores. Y luego en un tercer momento cuando llegó Internet que tampoco es que esté en todo Chile, pero funciona. Es un recurso que funciona como se espera que funcione. Y entonces eso nos golpeó yo siento (Germán Covarrubias).

Bueno eso tenía que ver tenía que ver con una cierta dificultad de hacer de la capacitación algo más sistemático. Los tiempos de que los maestros van disponiendo es cada vez menos. Ya no se pueden sacar a los profesores de clases para capacitación, entonces se redujo mucho esa posibilidad de contacto directo que era muy importante para al Programa (Germán Covarrubias).

Esa era una tensión que se experimentaba en este Programa, que se define un programa distancia, pero donde lo vincular para nosotros era muy importante. Somos a distancia, pero tenemos que estar con los profesores. Eso era como extraño, difícil de resolver. Porque si no, todo podría haber sido a distancia a través del portal, de la televisión. Pero nunca prosperamos en eso. Era muy desafiante en el sentido de que la demanda, el volumen de escuelas de atender, en algunas regiones naturalmente más que en otras se fue disparando (Germán Covarrubias).

Hay otro punto que yo creo que nunca se terminó de resolver como Programa y que también a esta altura del campeonato yo también puedo a caracterizarlo como un error y es la unidad con la que trabajaba el Programa: la escuela. Es muy complicado, porque primero la *unidad escuela* es un sujeto colectivo, hiper complejo en tanto colectivo, tú no puedes esperar que sea representado por un único sujeto. Y entonces tal vez creo que fue un error. Yo no sé cómo puede hacerse, pero hay quienes lo hacen distinto, como este megaproyecto que tiene la Microsoft que se llama Profesores Innovadores, bueno ellos trabajan con profesores. Entonces a lo mejor lo cierto era empezar con profesores innovando como sujetos en su unidad educativa y luego, cuando el profesor estuviera habilitado que él hubiera llevado esto a otros y cuando dos o tres ya tuvieran este bichito llegan como a evangelizar a sus colegas. Y ahí llegaría el Programa con insumos llegando con pantallas. Como un proceso que debió haberse dado hablando más con el profesor como individuo (Germán Covarrubias).

Todo eso es lo que cuando yo te decía que los factores que incidían en la apropiación era multicausales, multifactoriales y todavía estoy hablando por parte de una unidad educativa, todos estos factores tienen gran incidencia: la

motivación del profesor, la voluntad de innovar, todo eso mezclado con lo que te decía antes del apoyo y como la formalización de Programa por parte Ministerio Educación, todos los procesos de capacitación CPEIP que significaran algo en términos de la trayectoria profesional, eran variables que eran muy determinantes que para cualquier proyecto, ya sea incluso los del mismo Ministerio de Educación (Germán Covarrubias).

Cuando uno conversa con profesores de Latinoamérica encuentra los dos polos en cuanto a los profesores, el que dice ya pásame el manual y encuentra el otro polo que yo diría que son los profesores uruguayos, que dice yo estudié pedagogía, yo sé cómo usar este material. Entonces también se recomienda, pero también se da un espacio amplio de libertad para que los profesores busquen, recomienden (Germán Covarrubias).

Los centros de investigación asociados a las universidades han sido fundamentales para conocer a las audiencias infantiles, sus motivaciones y vinculación con la televisión en el plano cotidiano. Claudemir Viana, de la Universidad de São Paulo comento su experiencia en estudios desde el LAPIC:

Então essa é a primeira experiência que eu tive com crianças e adolescente e no papel de professor de história e por conta de como eu fui aprendendo a lidar com eles através da mídia (Claudemir Viana).

Eu sei que tem um resumo da segunda grande pesquisa que nós fizemos que foi em 99 que foi um resumo há hoje uma pesquisa foi *O desenho animado na TV*, então esse foi o resumo no aqui na biblioteca parece que ele só tem uma parte da publicação, outras sumiram assim infelizmente, então mas foi assim que eu cheguei nessa temática (Claudemir Viana).

Eu entrei por pelo LAPIC que no momento que o LAPIC estava fazendo uma pesquisa de recepção de 700 crianças em idade escolar até pré-adolescência. Ou seja de 7 a 11, 11 anos se, e eu entrei no momento que esses dados já tinham sido colhidos na pesquisa sobre o que, sobre a relação dela com a tv e a escola e eu conseguir a bolsa porque além de eu estar estudando rádio e tv aqui na ECA na época né? eu já tinha uma formação de histórias em que eles estavam precisando disso de historiadores na equipe pra começar a analisar e a produzir um texto explicativo de todo o contexto que levou àquela situação, aqueles dados (Claudemir Viana).

E eu entrei tive uma sorte enorme de entrar nessa oportunidade porque só tinha tido pouquíssima experiência enquanto historiador na minha experiência como professor de história e foi aí que o que eu assumi a tarefa de pesquisar vou resumir assim envolveu e vai parecer pretensioso até mais o desafio e assim, que foi o que é como objeto da pesquisa era entender qual é a relação da criança com a tv né? e a partir do seu núcleo familiar e da escola, então três agentes né? a partir dessa desse olhar sobre a relação, então e também um estudo relacional, não é estudo de conteúdo de mensagem e nem só de recepção da criança que ela é um estudo relacional que é uma característica fundamental dos estudos de comunicação que a gente aqui defende, e anos e

anos de evolução. Mas sabe por que nesse contexto então queria se entender qual era a função que a tv tinha para criança (Claudemir Viana).

Então se mapeou várias coisas uma das coisas é entender como se deu a evolução do lúdico, da cultura lúdica em nove bairros da cidade de São Paulo onde foram os locais que nós, que eles tinham ido entrevistar essas crianças, certo? e nove escolas cada um em uma região geograficamente distribuída norte, sul, leste, oeste, centro, periferia. Apesar de que isso aí não foi tão assim exagerado, mas também houve uma série de cuidados, isso, até ter um certo nível para isso para você ter controle da máquina pública. Todas públicas, e é bem isso mesmo porque nossa preocupação era voltar para a escola pública. Então havia uma certa hegemonia, vamos assim global entre a mostra depois nesses estudos o relatório tem os níveis mais detalhados por classe por gênero; pá mas todos contando resumidamente para explicar que estudou se aí então estudou se é como que a tv aparece na cultura local desses novos pontos né? com a função lúdica cultural de entretenimento que as famílias tinham e que acumularem séculos de evolução aí que eu entrei como historiador eu e mais dois outros éramos em três que levantamos a história da cultura nesses novos bairros, desde a origem indígena até os dias atuais (Claudemir Viana).

Certamente fez toda uma contextualização dá vida e da cultura sem muitos detalhes mais entre os gerais no que dizia respeito isso que nos interessavam né a cultura a o lúdico entretenimento a diversão como é que era isso e para entender como nesse contexto a criar a criança nos anos 60 que geralmente quando as crianças dessas famílias passaram a ter acesso a tv passaram até a tv também nesse mesmo contexto lúdico que eles tinham como por exemplo anos 60 mesmo em regiões não central mais próximos ao centro da cidade ainda tinha um ar muito rural então praças campinhos de futebol havia uma cultura lúdica bem diferente de muitos desses bairros hoje (Claudemir Viana)..

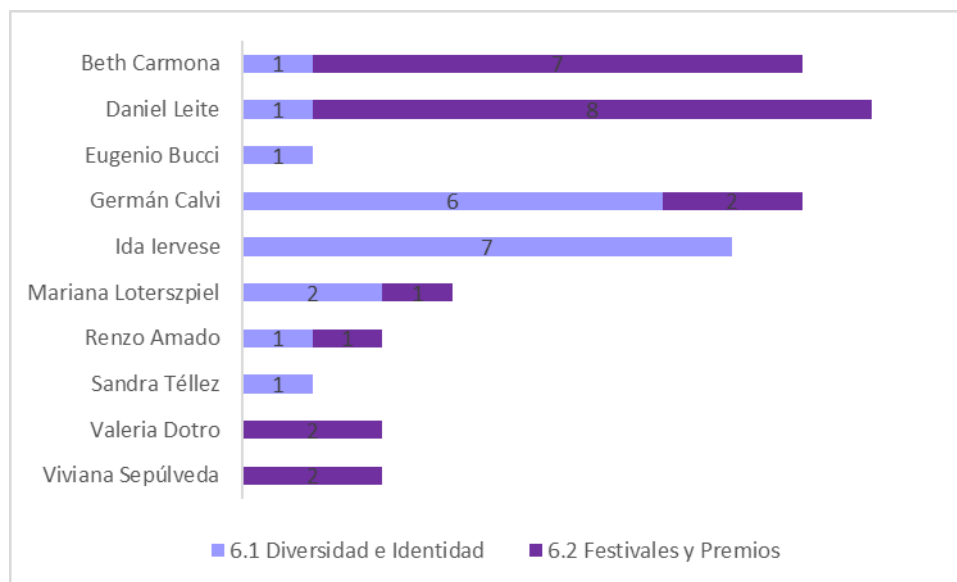
Então a gente quis mesmo entender essa evolução para dar a entender a tv como parte desse contexto cultural social porque a abordagem é de estudos culturais é e focado na compreensão sobre as mediações culturais que se dão nesse cenário todo entre tudo para que a gente possa ir nesse tudo entender como se dá essas mediações entre a criança e esses outros agentes pra ela, pra elas né? fundamentais como referência de conhecimento mas não só restrito a esses três mas sobretudo esses três, né? (Claudemir Viana).

Em seus contextos, exato, para dá aí que a gente entenda qual é a função que tenta fé à tv para aquelas crianças ela inclusive se entender melhor por que se dá essa relação e começando a se dar para entender melhor e superar o preconceito, superar vícios e erros mesmo de interpretação, para propor a inclusão dessa é a cultura midiática televisiva mas não só da criança no contexto escolar mesmo às vezes até não tendo o equipamento. É e vem aí com LAPIC ele começa a produzir conhecimentos para devolver à sociedade como com publicações com eventos com formação de professores foi fazendo muito então isso acredite 2000 (Claudemir Viana).

4.4.7. Análisis de entrevistas según Eje Audiencias, Industria y Calidad

Este eje recoge las percepciones de los entrevistados respecto de los estándares de calidad considerando la diversidad, los festivales y premios y la medición de las audiencias.

Figura 71. Referencias Eje Audiencias, Industria y Calidad, según temas y actor



Uno de los primeros aspectos considerados respecto de la **diversidad** es la evidente **concentración de contenidos** que afecta a la industria en general y, específicamente a aquellos dirigidos al público infantil. Germán Calvi se refirió al tema:

Nosotros hoy desde el Observatorio del sector audiovisual tenemos estudios hechos en la programación de ficción en la televisión de aire. Hacemos un estudio 2005-2009 y 2009-2014 cinco años antes de la ley y 5 años después de la ley. Cinco años antes en la ley un solo territorio producía audiovisual: la capital federal, un solo el sujeto social producía audiovisual: una pyme mediana asociada a un grupo económico grande, una sola estética que estaba en la pantalla, que eran las que aprobaban los directorios de Telefé y ARTE.AR con lo cual tenía el grado menos representativo, menos democrático, menos plural, menos diverso y federal de la historia en Argentina. Pero no estaba en debate eso, estaba legitimado. Era tal el grado de hegemonía, que estaba legitimado que las 3.000 ciudades argentinas estaban excluidas de eso, que todos los sujetos sociales, y todos los territorios y que todas las historias estén excluidas de esta manera de hacer televisión estaban naturalizadas (Germán Calvi).

En este plan donde en estos contenidos en que sólo el INCAA tiene más de 70 serie de ficción, solamente cinco empresas en control de tres grupos económicos producían toda la ficción de la Argentina. (Germán Calvi).

Para mí tenemos el paradigma del mercado busca homogeneizar y rentabilizar, claro porque ellos quieren el mismo producto para toda América Latina de habla hispana: cortan desde México hasta el sur de Chile y Argentina como una

pizza y dan un solo contenido para el 2% de esa audiencia y eso da más rentabilidad y que se produzca el país con menores Derechos laborales. Y esa es la lógica de la Organización Internacional del Comercio (Germán Calvi).

Uno de los aspectos considerados frente a esta concentración es la posibilidad de contar con una oferta propia, que refleje la identidad y la mirada propia de latinoamericana. Así lo señalan Renzo Amado, Beth Carmona y Daniel Leite:

Eso es lo que yo creo que pierde un poco estas grandes cosas como *Disney*, que aún no busca la igualdad respetando la diversidad, o sea, más bien, que al ser distintos podemos ser iguales (Renzo Amado).

Entonces, por un lado, la multiplicación de los canales posibilitó una vitrina y un fomento, una posibilidad de más reconocimiento de nuestras historias, nuestras culturas, un poco no exactamente (Beth Carmona).

Hoy día vivimos en un mundo que la gran mayoría de las animaciones hechas para niños vienen desde Europa o Estados Unidos y Canadá y luego para nosotros es interesante tener producciones que digan de la realidad de los niños latinoamericanos, que traigan nuestras maneras de ver el mundo, cuáles son los valores que nosotros los latinoamericanos creemos que son importantes: la naturaleza, las relaciones humanas, qué tipo de mensaje que queremos enviar al mundo y que puedan llegar a niños de distintos países, incluso a Estados Unidos y a otros países que producen hace mucho más tiempo y que tienen seguramente mucho más calidad técnica y de la producción, pero que tenemos mensajes para llevar y es muy bueno que hoy día ese sector se esté desarrollando (Daniel Leite).

Los entrevistados también consideraron la importancia que tienen los medios de servicio público como garantes de Derechos y, por tanto, de la identidad y diversidad de los niños y niñas. Eugênio Bucci, Germán Calvi, Mariana Loterszpiel y Sandra Téllez destacaron la responsabilidad que tienen las señales públicas en la formación de ciudadanos:

Tenemos que mirar esto también y cuando se trata de los niños no hay una comunicación para los niños, hecha para los niños de calidad, sin la presencia de alguna manera del interés público, de la presencia del Estado, o de maneras que tiene el Estado de estimular la producción sin fines de lucro, toda ésta es la cuestión, el problema no es si los niños ven en televisión, es si los niños les gusta ver *YouTube*, entonces es necesario que tengamos una política en el *YouTube* es de esto es lo que hablo (Eugênio Bucci).

[El gobierno] plantea *Pakapaka*, no había en ese momento un canal infantil y sí había seis canales norteamericanos infantiles. Era una preocupación, porque eso tiene una formación de audiencia, tiene que ver con la deformación del gusto, tiene que ver con la identidad. Nosotros tenemos una generación de pibes que hablan español neutro (Germán Calvi).

Eu acho que é o nosso papel, já que a gente não tem essa ligação com a TV comercial a gente poder apresentar coisas diversas... Como poder colocar até

ali o programa Campos em ação, que exhibe trabalhos de conclusão de curso de alunos da universidade. Eu já assisti documentários ali, superbem feitos e com temas interessantes. É uma tv pública e a *TV Rá Tim Bum* ela tem esse compromisso sim de trazer os temas e o respeito com a criança (Ida Iervese).

A gente tem que aprender se ouvir. Eu acho que a gente ouvir a criança, ouvir. A geração mais velha ali, dos anciãos, alguns indígenas. Na sociedade todos são importantes. Eu achei a gente que a pensar um pouco assim que a gente a gente tem a infância que é muito importante, tem a fase que vem ali do envelhecimento também que é importante. Esas novas ideias, quebres de paradigmas (Ida Iervese).

Vos estás formando y tenés la responsabilidad del Estado de ser parte de la formación chiquita, aunque sea de un ciudadano no es más que eso, o sea no, es más que eso y es todo como tanto como eso. Pero eso parte de una decisión política y desde un espacio de lo público y si eso no está, bueno, lo vas a dejar por otro lado si te interesa y va a hacer una búsqueda más individual, pero digamos el Estado no está presente en la formación de los ciudadanos en ese sentido eso es un poco lo que nosotros veníamos trabajando y sentíamos que teníamos la responsabilidad de generar espacios de identidades diferentes, mostrar identidades diferentes de los diferentes lugares de la Argentina en principio y después nos extendimos un poco más en Latinoamérica. Se pueden ver a sí mismos y pueden ver a otros (Mariana Loterszpiel).

¿Pero sabes que es lo que pasa? Los niños reciben lo que se les muestra y ya y ahí hay una responsabilidad de la televisión pública, hay una multiplicidad de acentos y es importante que ellos que se están generando una construcción importante de su vida y de su propia identidad sepan que son únicos y que sepan que hay otros que también son únicos y no que terminen hablando como muñequitos de *Discovery Kids* (Sandra Téllez).

Otro aspecto considerado fue el rol de la televisión infantil en reflejar a las diferentes infancias, del mundo y al interior de los países. Ida Iervese habló del programa *Repórter Rá Tim Bum* y el papel que cumple al compartir vivencias de niños de otros países y de lo largo y ancho de Brasil:

Me perguntaram qual era o objetivo de um programa de notícias para crianças. Eu disse que essas crianças possam é olhar para outras crianças não só do mundo porque assim a gente tem matérias que são exibidas de crianças do Nepal e Bangladesh, mas crianças que às vezes as crianças aqui não conhecem as crianças de Belém do Pará. Sim eu como essa criança é na escola como ela brinca do qual que ela gosta de ouvir outras culturas mesmo do seu próprio país. É não, não formatar, classificar, moldar uma única Infância, sabe eu acho que o Brasil tem diversas infâncias e o bacana que eu acho que do programa é o poder saber lá no equador têm crianças interessadas em como igual aqui que eles fazem lá o que a gente faz aqui e essa troca (Ida Iervese).

A gente usa a voz over então tem a voz original ali embaixo no idioma e o voz over em cima por porque não vamos trabalhar com legenda com a criança e

acho que tenho que sair vencedor por duas colocam a criança falando...Eu acho interessante até às vezes a criança não vai ter o entendimento de tudo na hora mas só de saber que existe se o Nepal existe Bangladesh, existem crianças em outro mundo espalhados pelo mundo e uma criança que vive no Belém do para ela faz renda de filé que é uma coisa que talvez ela não soubesse que existisse de onde vem como é que isso culturalmente naquele estado (Ida Iervese).

É aí perguntarem se [Repórter Rá Tim Bum] tinha uma linguagem Educativa. Foi a pergunta eu falei é bem gosto eu acho que viver e conviver e essa troca já é educativa. Não preciso então o professor há um tom de tipo vou ensinar alguma coisa agora, eu acho que só o fato de eles poderem ter contato com outras vivências outras infâncias outras culturas já é educativo (Ida Iervese).

Sabe assim descobrir que que no Brasil existem crianças diversas. Eles veem na Internet assim como si fosse, tal vez é melhor trazer eles uma reflexão diferente, um olhar diferente. Ah, está ouvindo falar sobre tudo isso e sobre políticas, sobre corrupção, sobre a situação do país, o que está entendendo disso? que você entende sobre isso? (Ida Iervese)

Mariana Loterszpiel y Germán Calvi comentaron los aportes de *Pakapaka* y de las producciones regionales fomentadas por los nodos audiovisuales en Argentina como formas de diversificar la oferta de contenidos para niños y niñas, ofreciendo a los más pequeños la posibilidad de verse en pantalla:

Algo maravilloso que hicimos fueron programas infantiles de piso, muy hermosos. Hicimos un concurso regional en el que tenías que presentar con pantalla asociada: un canal público o un licenciatario cable local, entonces cada programa lo hacía un productor independiente y lo exhibía un canal público o el licenciatario cable local. Y así hicimos seis programas de piso infantiles, increíbles. Fue la primera vez que se pudo ver seis contenidos infantiles regionales que no son porteños. Vas a ver por primera vez diversidad en un contenido infantil y además un poquito de arte. (Germán Calvi).

Lo que me parece a mí o alguna de las cosas que nosotros trabajamos en su momento desde esos espacios vos lo que hacés es justamente habilitar lugares para que los chicos puedan encontrarse, armar una identidad digamos, pero eso depende de nosotros los adultos entonces más allá de la decisión política hay como decisión previa de decir bueno si vos querés que el pibe esté mirando todo el tiempo *Cartoon Network* y diga no sé, en Chile se dice emparedado, pero acá no, nos dice que empiecen a hablar con ese neutro del castellano es una decisión nada si vos querés que el pibe empiece a hacer raíces con su tierra, con su pueblo, con su lugar y conozca de otro lugar de Chile algo parecido que no es lo mismo, bueno son decisiones políticas (Mariana Loterszpiel).

Otro aspecto abordado por los entrevistados respecto de la diversidad e identidad es el *castellano neutro* que utilizan las grandes señales internacionales de televisión infantil para todo el continente y que no refleja el lenguaje propio de los países:

La búsqueda y el futuro es el *lenguaje universal*, o sea, la mayoría de las películas ahora no se doblan con acento español. Sería interesante pasarle a los chimuelos una película en español neutro y luego pasarles una película en español colombiano. Y la aceptación es distinta. Yo creo que con las películas que llegan, los niños y niñas se sentirían mucho más identificados con la historia porque una forma de representación es también el lenguaje (Renzo Amado).

A mí me parece muy chévere explorar en eso, porque es diferente cuando uno ve una película digamos, por ejemplo, llega Los Increíbles y llega con acento español, uno espera que la película venga con un acento neutro, pero yo quiero de verdad analizar el neutro de *Discovery Kids*, que es diferente, las palabras son otras, es como el código de la televisión que está todo el día con tu hijo, es diferente al código de la película (Sandra Téllez).

Pero por eso te digo, uno acepta en el cine, nosotros vimos *Metegol* también en argentino, y claro, el referente argentino es bonaerense y además el futbolista Maradona, entonces al verlo como que hay un *click* y uno se ríe, ellos son así, pero, por ejemplo, si llegara una de Estados Unidos con acento español sería como *esto no tiene nada que ver* (Sandra Téllez).

Un segundo aspecto agrupado en este eje es el tema de los **Festivales y premios**, que en la región latinoamericana son muchos, variados y gozan de alto prestigio. El primer ámbito que se trató con los entrevistados fue la historia de los festivales en los que participan. Beth Carmona, Daniel Leite, Viviana Sepúlveda comentaron su trayectoria en sus respectivos eventos:

El año 2011, nosotros con la realizadora audiovisual Alejandra Fritis pensamos la posibilidad de realizar el primer festival de cine para niños, niñas y adolescentes que se pudiera producir en Chile, hasta ese momento, no había un espacio dedicado exclusivamente a la exhibición de contenidos audiovisuales de calidad para niños en el país, así que nosotros consideramos que era una ventana, era un espacio que había que llenar, con bastante esfuerzo y sin ningún tipo de apoyo económico pudimos llevar adelante este primer proyecto (Viviana Sepúlveda).

Con apoyo de las instituciones que hasta ese momento estaban trabajando en el tema, principalmente CNTV a través de su canal Novasur también, fueron los primeros que nos ayudaron y nos surtieron un poco de estos contenidos que se habían producido hasta ese momento en Chile y casi todos financiados por el CNTV en su línea de financiamiento para programación infantil, nuestra idea era que aquellos contenidos tuvieran un sentido educativo de calidad y que luego ese tipo de producciones pudiera ser trabajada por los docentes en el aula porque uno de los requisitos que nos pedían los asistentes al proyecto era que los contenidos después pudieran trabajarse en el aula porque es parte del currículo, de la agenda, de salidas pedagógicas que los profesores tenían, así que nosotros tratamos de hacer una selección bastante cuidadosa en ese sentido, trabajamos una línea editorial que tuviera que ver con valores como la amistad, el respeto, la diversidad, una mirada inclusiva, trabajar los temas del medio ambiente, trabajar temas de xenofobia, ojalá que todas las producciones

que nosotros eligiéramos en ese momento tuvieran un poco que ver con eso (Viviana Sepúlveda).

Soy Beth Carmona, soy productora, programadora, de alguna forma gestora de proyectos y de producciones dedicadas a niños y adolescentes, así como tengo una carrera profesional que viene desde la televisión –pública, privada, nacional e internacional–, siempre mirando mucho más el contenido para niños y adolescentes. Ahora tengo experiencia en producción independiente, consultorías. Hoy hacemos muchos proyectos entre ellos *ComKids*, que es un sello dentro de *Mediativa* que hace proyectos muy importantes, tanto para profesionales, como para educadores y para niños. Ya tiene como 18 años. Entre los proyectos más importante está el Festival Iberoamericano *Prix Jeunesse*, que nosotros hacemos en conjunto con un apoyo de *Prix Jeunesse* Internacional. Son casi 30 años dedicados a este tema en diferentes lugares diferentes, incluso países, recorriendo muchos sitios en América Latina, para conectar un poco esta red (Beth Carmona).

Soy Daniel Carmona Leite. Yo tengo dos actividades principales hoy día uno de ellos es investigador en la Universidad de Sao Paulo (USP) donde hago una investigación con respecto del protagonismo en el área de semiótica y también soy productor del Festival *ComKids* donde trabajo en la difusión y la promoción de contenidos audiovisuales infanto-juveniles (Daniel Leite).

Los años pares hacemos festivales temáticos y los impares hacemos *ComKids* y *Prix Jeunesse* Iberoamericano que es dedicado a producciones en portugués y en español. En los dos últimos años producciones audiovisuales para televisión e Internet para niños. Tenemos tres categorías de la competencia en términos de edad: niños divididos en hasta seis años 6 años, 7 a 11 años y 12 a 15 años. También dividimos ficción y no ficción, qué es una división que no es muy precisa a veces, porque hay muchos programas que mezclan el lenguaje de ficción con el de no ficción, pero aun así nos resulta una terminología que sirve para ordenar (Daniel Leite).

Los festivales son **referentes de la calidad** de los productos audiovisuales y de la televisión.

Me conecté con la fundación *Prix Jeunesse* antes de *TV Cultura* y fue para allí donde encontré alimento, porque aquí en Brasil ya no había tanto, era muy difícil buscar y más o menos llegué a *Prix Jeunesse* por ahí, los años 96, 98 y se abrió un mundo muy grande y fue una influencia muy importante en toda mi carrera. Como yo era directora general de la televisión cultura parte de lo que es pasaba y yo también me alimentaba y sus amigos me conectaba con el mundo internacional, sí ya porque la fundación *Prix Jeunesse* nació en los 60 que viendo que la televisión debía tener calidad y era importante (Beth Carmona).

En 2009 había muy pocos programas de calidad en Latinoamérica y hoy día vemos que vienen más cosas. Claro televisión ya hace algunas décadas que se hace regionalmente y hay cosas interesantes, pero ahora es más barato

producir así con los medios digitales se ha vuelto más barato y bueno creo que la difusión de las tecnologías también permite que las personas aprendan con más rapidez (Daniel Leite).

Aun así, hay barreras, hay obstáculos para que una persona se convierta en un productor audiovisual no es cuestión de asistir uno o a los miles de tutoriales hay que tener una experiencia presencial en la universidad, con los compañeros (Daniel Leite).

Tenemos muchas producciones interesantes en Cuba, que es un país que tienen mucha dificultad de aparatos más modernos, aparatos de grabaciones e incluso a Internet, pero ellos tienen muy buena formación audiovisual, tienen otras iniciativas y ellos tienen muchas cosas que decir y lo hacen muy bien (Daniel Leite).

Así como los festivales han ayudado a definir la calidad para la televisión, hoy como buscan generar reflexión respecto de los materiales interactivos destinados a otras pantallas. El festival *ComKids* de Brasil es uno de los eventos que está liderando la mirada sobre ambas industrias:

Este año va a ser parte de la discusión cómo mantener los preceptos de calidad, de diversidad de ética, todos valores que hoy venimos practicando por el audiovisual y cómo esto se traslada al universo de los aplicativos, los *games*, las plataformas, la realidad virtual. Esta va a ser la discusión que queremos promover. Además, queremos empezar de a poco a premiar por separado este tipo de contenido, porque es un área que tiene su propia fuerza, tiene su propia manera de evaluar y es distinta (Beth Carmona).

El 2015 hicimos la competición audiovisual con la competición interactiva juntas, incluso fue premiado con un trabajo de Chile de Pablo Rosemblat. Vamos a hacerlo en agosto, pero dos días, un día de competición 16 y 17 agosto en el *Goethe Institut*. En 2015 nosotros ya hicimos las categorías interactivas. Dónde lo que vamos a hacer igual: la primera parte del evento los finalistas van a tener la oportunidad de explicar cómo crearán, porque crear, por qué, con debates, con discusiones y creemos que es bien importante para incluso hablar a la gente la responsabilidad que tienen y mirar esto va a ser el *ComKids* de este año (Beth Carmona).

[Respecto de la calidad de contenidos interactivos] Yo pienso en el momento lo que es no es calidad: aquello que lleva a los niños a comprar o hacer transacciones con dinero, ya que es una relación que no se debe establecer. El uso de los dispositivos y aparatos es una relación que se debe llevar con mucho cuidado porque hay ciertas edades en la que no tiene sentido, no hace falta que los niños estén expuestos a pantallas, hasta los dos o tres años. Incluso después, la pantalla debería potenciar el interés por una práctica cultural, de algún tipo de actividad en la que ellos sean protagonistas: que practiquen deporte, que tengan salud, que se preocupen con su salud, ese tipo de aplicaciones puedan aportar cosas a las prácticas que ellos realicen. Aplicaciones que les ayuden a hacer una investigación sobre algo, una aplicación que les permita hacer mejor

el trabajo de la escuela, que se aborde información de calidad, que les estimule habilidades manuales o cognitivas, básicamente lo que se pide a cualquier material para niños (Daniel Leite).

Hace algunos años vino Silvia Lovato *PBS*, el canal público de Estados Unidos y ha traído algunos ejemplos de *games* que podían trabajar ese tipo de habilidades con los niños, por ejemplo, pesos y medidas. Me gustó que incluso traía elementos para estudio de física, de matemáticas. Yo creo que el canal ha hecho muy bien esa aproximación (Daniel Leite).

Los premios otorgados por los festivales a productoras y señales públicas latinoamericanas, incluyendo al canal *IPé* recién estrenado en 2017, sirven para validar la calidad de los materiales desarrollados en la región destinados a la infancia:

En los veinte años anteriores al 2009 aquí había un fenómeno un fetiche que legitimaba a la televisión comercial era *la calidad*. Del 89 al 2009 la televisión comercial que es la calidad en los veinte años anteriores al 2009 del 89 al 2009 la televisión comercial Argentina ganó cinco premios *EMMY*. En los cinco años posteriores. Esto contenidos fomentados por el Estado ganaron cinco premios *EMMY*. No sólo ganaron, fueron nominados a 15 premios. La productora argentina más nominada a los premios *EMMY* en la historia es *Mulata films* que no ganó ninguno, nunca y ya tiene cinco nominaciones. Y es una productora del *Canal Encuentro*. Y ese es un premio que te da el mercado. Los chicos de *Mulata* en un mismo año están nominados al *Japan Prize* y ganan el *EMMY*. En la calidad comercial y en la calidad educativa la rompen en las dos, eso para mí es brutal (Germán Calvi).

Eso para mí son las grandes externalidades positivas que tiene este proceso [*Pakapaka* y *Canal Encuentro*]. Qué son además revelaciones brutales, porque podrían no haber logrado esos resultados. Pero lo mismo que te decía con la calidad, nosotros tuvimos series que se programaron en Netflix, en Direct TV candidatas al *EMMY*. Ya está, hay calidad y se puede producir con las corporaciones (Germán Calvi).

Este año nos fue bien porque estrenamos varios programas lindos estuvimos con muchos intercambios, ganamos tres premios uno súper importante que es uno internacional que bueno nada, un poco lo hacemos a fuerza de empujar, empujar, empujar la pared gigante que tenemos empujar se mueven dos milímetros, pero bueno se mueve y ahora bueno no sé este año que va a pasar (Mariana Loterszpiel).

Nos va muy bien como canal, nos ha ido muy bien en festival, y me han dicho tú deberías estar muy feliz que te reconozcan tanto en un tiempo *record*. También hemos aprendido de ustedes [de Novasur]. (Renzo Amado).

Incluso cuando vas a los Festivales Internacionales también celebran la calidad de las cosas de América Latina, ganan premios. Cómo pueden empezar también esos otros países, que tienen más presupuesto a financiar con nosotros, a coproducir (Valeria Dotro).

Cómo hacer para lograr más estas cosas, porque la verdad es que las cosas de Latinoamérica en los Festivales Internacionales tienen mucho prestigio, entonces cómo conseguir más salida (Valeria Dotro).

Los festivales no sólo funcionan como lugares de encuentro para la industria o para la exhibición de materiales. Uno de los trabajos más interesantes que ellos realizan son los talleres de producción y de formación de audiencias para diferentes públicos, tanto para los niños, como para educadores formales e informales. Asimismo, algunos festivales están incluyendo jurados infantiles, votaciones masivas de niños y niñas para incorporar sus puntos de vista. Beth Carmona y Daniel Leite se refirieron al trabajo que realizan en *ComKids*:

Nosotros con niños siempre hacemos talleres o pequeños cursos, incluso ejercicio de votación porque no creemos en la exhibición por la exhibición. Cuando tratamos del movimiento de calidad vale la pena. Incluso hacemos esto con adultos, con profesionales porque además tenemos que explicar cómo reconocer la calidad y los festivales los creo importantísimos por este reto: porque son espacios donde se ve lo que no se ve en muchas partes, porque son espacios donde se puede reconocer calidad o intercambiar opiniones, experiencias, traer contenido de otras partes para inspiración. Yo creo que los festivales son básicos, fundamentales, siempre lo fueron y cada vez más (Beth Carmona).

Ahora hay una tendencia que me parece súper buena, que nosotros nos estamos aproximando que son los festivales de cosas de niños de hechas por niños. Ya hay muchos. Ahora mismo están todos en un encuentro en Valencia [España]. Aquí en Brasil está Pequeños cineastas y en Chile Ojo de pescado es uno de ellos. Hay en Minas Gerais hay otros, que también tiene un espacio de escuelas. Esta tendencia es importante, con un ejercicio de reconocimiento de calidad, de apropiación del lenguaje y estas cosas (Beth Carmona).

Aparte de eso hacemos talleres con niños, con respecto al lenguaje audiovisual, con tema de Derechos Humanos, ciudadanía, temas variados. A veces hacemos formación con jóvenes, en el sentido de montar cineclubes, audiovisuales. A veces hacemos formación con profesores, maestros. Y también en *ComKids* hicimos el curso audiovisual de la inspiración a la realización que hicimos en colaboración con *Latinlab* dos versiones de ese curso en línea (Daniel Leite).

4.5. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

En el presente capítulo se presenta un análisis de los resultados a la luz de las ideas planteadas en el marco teórico. Para dar respuesta a los objetivos planteados en esta tesis se seleccionaron diferentes técnicas de investigación con sus correspondientes instrumentos. Como señala Gómez Diago (2010, p. 21) en su interpretación de lo propuesto por Denzin: «la singularidad de la perspectiva triangulada es el hecho que nos permite ver cosas, utilizando diferentes lentes». Siguiendo esta premisa se propone a continuación una mirada desde una visión que Gómez Diago llamaría «caleidoscópica» de los temas en discusión, en correspondencia con los objetivos específicos planteados para esta investigación, es decir, según: los contenidos, la calidad de estos y las perspectivas actuales y futuras del sector.

4.5.1. Caracterización de contenidos de la Plataforma Novasur

Novasur al formar parte de una institución estatal adopta como parte de su línea editorial los valores que sustentan a los medios de servicio público, siendo la diversidad uno de los principios vinculados a la calidad, según señalan las recomendaciones de organismos internacionales, como las que refieren Banerjee y Seneviratne (2006), Pérez Tornero (2004) y estudiosos del área como Richeri y Lasagni, (citados por Becerra Avilés, 2014). Como constató a través de los años la Encuesta Nacional de Televisión, (2014a y 2017b y 2018c) las audiencias estiman la oferta de la TV abierta nacional como poco diversa y homogénea, calificativos a los que no escapa TVN el canal público.

Se consideró como concepto orientador la diversidad vertical, es decir la variedad al interior de la programación de un determinado canal, término que es utilizado por autores como Gómez i Oliver (2005), Pujadas y Oliva (2007), Pujadas (2011) y Gutiérrez Gea (2014). A partir del análisis de variables cualitativas se buscó caracterizar los contenidos de la plataforma Novasur, consignado varios aspectos que permiten dar cuenta de dicha diversidad:

Fueron estudiadas la realización a lo largo de los años, la edad del público destinatario, la procedencia (nacional o extranjera) de los programas, el método de adquisición ya sea externa –en el caso de compra, donación y los programas provenientes del Fondo CNTV– o relacionada –cuando Novasur participa como ente productor o coproductor (realizaciones propias o en alianza con organizaciones nacionales, internacionales y regionales)–. Otros aspectos como la vinculación curricular de los materiales también fueron medidos: los contenidos por nivel, curso, asignatura y tema. También se analizaron la realización audiovisual como género (ficción / no ficción) y técnicas (animación, acción real, mixta). Finalmente se midió la presencia de personajes protagónicos según su grupo etario: adultos, jóvenes, niños y se cuantificó la presencia de personajes protagónicos considerando el género, la pertenencia a pueblos originarios, la discapacidad y condición de migrantes.

La evolución de la programación de la Plataforma Novasur muestra que se fue construyendo a lo largo del tiempo de acuerdo con las posibilidades presupuestarias, siempre escasas y según se fueron fortaleciendo las redes de cooperación institucionales, para el desarrollo de contenidos. Inicialmente pensada como

programación en apoyo a la escuela, los públicos preferentes eran tanto los estudiantes como los profesores, lo que explica que la categoría público general sea mayoritaria (34%). Sin embargo, al considerar al público infantil incluyendo a los que tienen menos de 6 años y hasta 12 años, la programación dirigida a este segmento corresponde a 56% del total de contenidos de la plataforma y al 50% de los programas nacionales. En 2018 con el paso de la plataforma Novasur a CNTV Infantil es posible señalar que entre los programas incorporados existen más contenidos destinados a niños (61% de los capítulos nuevos).

El análisis arrojó que actualmente la mayoría de los contenidos de la plataforma son nacionales (86%) y relacionados con Novasur (46,9%) ya sea como instancia productora principal o coproductora. Pese al crecimiento de la realización propia, con los años la compra y la donación de materiales, tanto nacionales como internacionales, continúa siendo un aporte central, supliendo la falta de producción de contenidos propios sobre algunos temas o para algunas asignaturas, pero además haciendo de la oferta extranjera un atractivo del canal. Animaciones destacadas como *Charlie y Lola*, *Peppa Pig*, por mencionar algunas, fueron dadas a conocer en la televisión abierta local como parte de la oferta Novasur, lo que significa que niños que no tienen acceso a la televisión de pago o que viven en las regiones más apartadas del país pueden acceder a contenidos internacionales de calidad.

La principal fuente de contenidos de la plataforma proviene de los programas financiados por el Fondo CNTV (37,9%) con los que el Programa no tiene una relación directa, pese a ser gestionado por la misma institución. La importancia del Fondo CNTV y su aporte a la programación de contenidos de la televisión abierta y específicamente, a la programación para público infantil, ya ha sido descrita anteriormente.

Conforme la calidad de las producciones propias alcanzó reconocimiento gracias a los festivales audiovisuales y al uso escolar de los materiales curriculares, dichas redes se fueron incrementando, permitiendo la realización de coproducciones. Cabe destacar que se pudo contabilizar a 79 instituciones coproductoras (públicas, privadas) de gran variedad: audiovisualistas, instituciones de educación públicas y privadas, municipios, organizaciones vinculadas a la cultura, la ciencia, la economía, el patrimonio, entre otras, lo que ejemplifica la confianza de las instituciones al entregar sus recursos para coproducir con Novasur. Las coproducciones nacionales, internacionales y regionales corresponden a 695 capítulos (142 de ellos realizados con contrapartes locales en distintas regiones del país).

Considerando que Novasur no puede definirse estrictamente como televisión escolar según lo que dirían Castaño y Llorente (2007), siguen existiendo una importante cantidad de videos asociados al currículo escolar, los que corresponden al 42,5% de los programas. Se trata de contenidos mayoritariamente nacionales (72,7% de los programas curriculares) confirmando la importancia de aportar un punto de vista propio a las asignaturas. Su origen corresponde en gran parte a programas desarrollados en coproducción con otras organizaciones (225 capítulos) lo que reafirma el compromiso de otras instituciones por participar en la elaboración de contenidos para el ámbito escolar. El público preferente de este tipo de programas está en enseñanza básica (entre los 6 y 12 años), si bien hay gran cantidad de contenidos para

para segundo ciclo de educación parvularia (39,8%) y también para enseñanza media (17,3%).

Respecto de la diversidad temática de la plataforma Novasur, es posible señalar que cumple el manifiesto de la ATEI como lo plantea Pérez Tornero (2004) y que puede sintetizarse como contribuir a la formación ciudadana, al encuentro y descubrimiento mutuo de personas y culturas, pedagogía de la vida cívica y política, riqueza y diferentes culturas y creencias, favorecer la difusión del conocimiento, la formación permanente, la ciencia, y las artes. La mayoría de sus contenidos corresponden a cultura y patrimonio, a formación ciudadana, ciencia y tecnología y medio ambiente. Si bien los ámbitos con más programas nacionales son cultura y patrimonio (25,3%), formación ciudadana (16,5%), ciencia y tecnología (11,4), medioambiente (11,1%) lenguaje y literatura (9,7%), existen otros audiovisuales que tratan temas como música, artes visuales, historia y geografía y educación en medios.

La variedad respecto de los formatos audiovisuales y la innovación en este campo es recogida por varios autores tanto como una dimensión de servicio público (Gómez i Oliver, 2005, Lanza 2014), así como un atributo de calidad (Home, 1995, Pujadas, 2011 y Gutiérrez Gea, 2014). Considerando el género de los programas, es posible afirmar que mientras los programas nacionales corresponden a no ficción (54,3%), el 72,6% de los programas extranjeros son ficciones. Respecto de la técnica, como se señaló anteriormente, mientras menor es la edad de la audiencia, hay más contenidos de ficción animada y menos espacios de no ficción de acción real. La animación es el formato mayoritario de los programas destinados a niños de hasta 6 años. Cabe destacar en este segmento técnicas mixtas como la docuanimación *Pichintún*. Mientras los niños de entre 7 y 12 años acceden tanto a animaciones como a programas de acción real. Entre los subgéneros existen variedad de programas respecto de los grupos etarios, existiendo series, videoclip y espacios instructivos para los más pequeños. Para los mayores de 7 años, en tanto, los contenidos nacionales presentan subgéneros más diversos, incluyendo, por ejemplo, espacios de concurso.

Finalmente, el aspecto más destacado por los autores respecto de la diversidad tiene relación con la representación de las infancias en su complejidad, tal como postula Amador Baquiro (2012). Los protagonistas de los programas de la plataforma Novasur son principalmente humanos (79%) y de ellos, el 49% son niños y niñas. Como señalan las investigaciones de Götz et al., 2008 y Götz et al., 2018, deben ser consideradas dimensiones como el género. La mayoría de los programas presentes en la plataforma tienen protagonistas de ambos géneros (57%) y sólo el 9% son protagonizados en forma exclusiva por mujeres, por lo que cabe un espacio para seguir profundizando en la presencia femenina.

Uno de los principios orientadores de cualquier programación de la televisión pública y por tanto de Novasur, debiese ser reflejar a las infancias a lo largo del país, como los plantean los estándares internacionales (Liwski, 2012, Lanza, 2014). La cuantificación realizada sobre las localidades en las que se desenvuelven los protagonistas de las series de producción propia y coproducciones muestra que hay una preocupación por incluir a niños de todo el país y del ámbito rural. Si bien mayoritariamente los protagonistas se desenvuelven en ambientes urbanos (52,4%), el 19,5% de los programas con un protagonista ocurre en sectores rurales. Asimismo, hay

una equilibrada presencia de protagonistas de las distintas zonas del país, aun cuando la población y las grandes ciudades se concentran en el centro y, específicamente, en la Región Metropolitana. También es relevante que hay programas cuyos protagonistas provienen de regiones con población indígena y de zonas extremas.

Del mismo modo, otras infancias, pertenecientes a pueblos originarios (5,8%), con discapacidad (5%) y migrantes (2,8%) tienen una presencia protagónica incipiente que, por lo que, si bien no es tan significativa en términos numéricos, es importante por la relevancia y visibilidad que han adquirido los programas por su calidad, aspecto que es abordado en el siguiente apartado.

4.5.2. Calidad de los programas

Pese a que la calidad de la televisión es un concepto difuso y complejo, como han constatado diferentes autores (Mikos, 2009, Pujadas, 2011, Gutiérrez Gea, 2014, Fuenzalida, 2016), existen algunos consensos. Por un lado, se tiende a asimilar la calidad con el cumplimiento de la misión pública de los medios: educar, entretener e informar, para lo que se requiere el cumplimiento de ciertos requisitos como la transparencia de la gestión, su independencia, cobertura geográfica en todo el territorio, un adecuado financiamiento y espacios garantizados en pantalla.

Aparte de estos aspectos que son condiciones estructurales, existen otros criterios relacionados con el contenido aplicables tanto para los canales públicos como para los realizadores y que son recogidos en este punto. Pujadas (2011) señalaba que el equilibrio entre el producto audiovisual y la valoración que las audiencias hacen del mismo se sustentarían en 4 ejes: sus nociones artísticas, rol y función, calidad estética y valoración del espectador. Como dicen Christiny y Guzmán (2014) se trataría de una *forma de hacer televisión* que autores como Tur Viñes (2005) identifican tanto con requerimientos formales del contenido como con un alto nivel audiovisual, la existencia de un guion atractivo e interactivo; con aspectos valóricos del mismo como el fomento de conductas prosociales, no ser violentos o perjudiciales para el desarrollo infantil y, finalmente, con la apreciación de las audiencias.

La investigación realizada sobre 26 capítulos de 24 series con el método de análisis de contenido cualitativo MACCAI incorporó las nociones mencionadas y otras aportadas por Fuenzalida a lo largo de sus investigaciones y sistematizadas en su libro de 2016. Un primer aspecto constatado respecto de lo que Fuenzalida (2016) denomina rasgos formales televisivos y que fue recogido en los aspectos morfológicos del análisis, fue su diversidad. Los programas tienen una duración media de 7 minutos, considerando los microprogramas de menos de tres minutos –como *Investigamigos* y *Capicúa*– y espacios más largos como los programas financiados por el Fondo CNTV: *Cehacheí* (31 minutos y 20 segundos) y *Los Tela* (29 minutos y 20 segundos).

Respecto de los géneros, subgéneros y técnicas audiovisuales hay variedad para los grupos etarios. Por ejemplo, los cuatro programas para niños menores de 6 años son de ficciones e incluyen animaciones –con excepción de *Pichintún* que es una docuanimación de género mixto–. *Horacio* y *Los Plasticines*, por otra parte, tiene una técnica mixta (títeres y animación) que resulta innovadora. Para niños de entre 7 y 12

años existe más diversidad en la mixtura de técnicas, aunque priman los programas de no ficción, en tanto todas las coproducciones regionales son documentales y reportajes de acción real. Aun cuando tienen similar género y técnica audiovisual los programas de como deportes (*Cehacheí*) y artes (*los Tela*), ambos financiados por el Fondo CNTV, son muy diferentes en cuanto a su duración y recursos con los que son realizados. Entre los espacios de ficción animada hay series como *Puerto Papel* y *Nanoaventuras*, ambas coproducciones internacionales con gran difusión en otros países de Latinoamérica. Se trata de animaciones de gran nivel técnico, incluso premiadas en festivales internacionales. También hay mezclas únicas, como la ficción de acción real sobre vida saludable *Desafío Broco* y el espacio de concurso-educativo *Mapa Ya*. En este programa se invita a un grupo de niños a concursar, una situación que según Arnstein (1969) correspondería a una actividad iniciada por adultos en la que participan niños.

Como se señaló en el apartado anterior en términos cuantitativos los programas vinculados con Novasur son principalmente protagonizados por niños. Sólo una serie documental de la muestra no tiene protagonistas, *Viajes de una gotita de agua*. El resto de los programas es protagonizado por niños, salvo en tres capítulos que son protagonizados por jóvenes (*Mapa Ya*, *Desafío Broco* y *Cehacheí*) y dos capítulos encabezados por adultos: *La guerra de los colores* de la serie *Cuéntame un Cuento* y *Las Enmarcadas Aventuras de Trifulco y Amadora*.

En las animaciones dirigidas al público menor de 6 años como *Lyn y Babas* la protagonista y su amigo tienen intereses por descubrir aspectos de su entorno, se cuestionan, plantean hipótesis, experimentan y buscan respuestas. En el caso de *Horacio y Los Plasticines* hay una reflexión y aprendizaje respecto de su propia conducta. En todas las ficciones analizadas los niños son el motor de la acción de cada episodio; por ejemplo, en *Capicúa* ellos buscan en internet un tema de su interés y usan su creatividad para interpelar a su comunidad. En los programas *Reporteros 3.0* y en *Investigamigos* como también sucede en las coproducciones regionales los niños además de dar a conocer sus opiniones también explican sus juegos y asumen el rol de entrevistadores. En una mirada cualitativa al rol de protagonista de los niños, habría que señalar que la investigación constató que se muestran como competentes, inquietos y activos, según el concepto de niño-audiencia planteado por Fuenzalida (2016). La calidad en la construcción de las historias que considere el concepto de *niño-audiencia* desarrollado por el investigador considera al niño como receptor, que es usuario de varias plataformas, competente, interactivo, con sus propias habilidades y motivaciones internas, con inteligencia emocional, actitud curiosa y emprendedora (p. 228).

En el punto anterior también se constató que la mayoría de los programas vinculados a Novasur cuentan con protagonistas de ambos géneros, lo que se refleja en la muestra de programas analizados con el método MACCAI. Al mirar profundamente los programas según los estudios previos como los realizados por Cabello y Ortega (2007) en Chile y Reig y Mancinas (2010) en España y las recomendaciones de Götz y Schlote (2009) en los programas protagonizados por personajes de ambos géneros se plantean roles complementarios: uno aporta el humor, el otro la seriedad, uno la fantasía, otro la razón. No se trata de personajes estereotipados, ya que en muchos de ellos –como *Puerto Papel*, *Capicúa* o *Lyn y Babas*– son las niñas las que lideran la acción

y emprenden las aventuras. De los programas presentes en la muestra sólo cuatro tienen protagonistas exclusivamente femeninas: *Florencia* del programa *Pichintún*, *Polita en la colmena* de la serie *Cuéntame un cuento*, el capítulo *Desastres Naturales* del programa *Reporteros 3.0*, y el capítulo *Débora* de la coproducción regional *Aukanteken Así Juego*. Los dos primeros están dirigidos a niños de hasta 6 años. Florencia es una niña de etnia rapanui muy inquieta y alegre que da a conocer su vida, su entorno y sus tradiciones en esta docuanimación. Pancha, la protagonista de este episodio de la serie animada *Cuéntame un cuento*, relata a su amigo imaginario Rolo una historia que le contó su abuelita; ella hace las ilustraciones de su propio cuento, conduce la historia y la reinterpreta de acuerdo con su edad. En *Reporteros 3.0* los niños actúan como periodistas en un tema específico en cada capítulo. En este capítulo, las protagonistas Danka y Damaranta comentan sus experiencias, entregan protocolos de autocuidado y dan recomendaciones frente a los desastres naturales comunes en Chile. La coproducción regional *Aukanteken Así Juego*, en este capítulo tiene como protagonista a Débora, una niña pehuenche que vive en una escuela-hogar en la región del Bío-Bío y cuenta su vida cotidiana en primera persona.

El rol de los adultos en los programas analizados, ciertamente, se diferencia de los esquemas más tradicionales, en tanto los mayores tienen una presencia acotada, que busca sólo acompañar y permitir la participación de los verdaderos protagonistas infantiles. En muchas producciones los adultos si bien están representados, no tienen un rol preponderante. La relación entre adultos y niños como iguales es visible en espacios como *Los Tela* donde los niños entrevistan a los artistas y comparten la creación de una obra. Los adultos como contención afectiva y aprendizaje están presentes como el señor Árbol de *Cuéntame un Cuento* que resulta un guía para Ankatu. Lo mismo sucede en programas de ficción animados como el abuelo de *Puerto Papel*. El esquema de *adulto torpe* también se puede ver a lo largo de varios episodios, como Trifulco de *Las enmarcadas aventuras de Trifulco y Amadora* o el científico de *Nanoaventuras*, que tienen en sus manos el rol humorístico.

Las coproducciones regionales seleccionadas pretenden expresar los puntos de vista de niños de todo el país respecto de los Derechos de la infancia al juego, a tener su propia opinión e identidad. Como señalara García-Canclini (2004) respecto de la interculturalidad en el diálogo entre lo local y lo global, las series de Novasur como *Wawanacas*, *Así Juego* y *Nosotros los niños del Walmapu o Pichintún* muestran a infancias indígenas y rurales que han sido muchas veces estigmatizadas. Mientras *Los niños de Chititas* muestra cómo hacer música es una tradición familiar que los representa desde hace generaciones, el capítulo Surf de la serie *Cehacheí* muestra a un joven protagonista de etnia rapanui que se dedica a este deporte, mostrando aspectos de su vida familiar y propios de su cultura. *Pichintún* logra el mismo objetivo con un punto de creatividad especialmente pensado para niños de hasta 6 años: convierte en una animación a una niña real, que es también la narradora del capítulo.

El desarrollo dramático de los personajes es otro de los ámbitos recogidos por Fuenzalida (2016). En general los programas documentales —en especial las coproducciones regionales— no tienen un marcado nudo dramático, siendo más bien una fotografía de un estilo de vida, de un testimonio o de un lugar. Los programas ganadores del Fondo CNTV, por otro lado, tienen una estructura dramática más

tradicional, que es visible tanto en un programa para niños de menos de 6 años como *Horacio y Los Plasticines* y en el documental *Cehacheí*, en el que acompañamos la tensión del protagonista en su ansia por superar sus molestias físicas, competir y ganar un campeonato. Del mismo modo, considerando el planteamiento de Neuss (2009) que cree que los buenos programas son aquellos que cuentan historias relacionadas con el desarrollo de los niños y tienen estructuras similares a las de los cuentos de hadas, es posible constatar que los programas dirigidos a párvulos hacen uso de la fantasía (amigos imaginarios, animales que hablan). Mientras, los dirigidos a niños mayores lo intentan con formatos diferentes como el rol de reporteros (*Investigamigos*) o tienen a jóvenes como conductores (*Desafío Broco, Mapa Ya*). En general y como se mencionó anteriormente algunos personajes que acompañan a los protagonistas suelen estar a cargo del humor, que es un punto muy destacado en los programas. Es el caso de Rolo, el amigo imaginario de Pancha, protagonista de *Cuéntame un cuento* ejemplifica la ternura y la ingenuidad, así como el robot Selki 3R que presenta con un lenguaje muy particular los segmentos animados en dos programas: *Reporteros 3.0* y de *Mapa Ya*. También el uso de recursos como la música es particularmente atractivo en programas como *Pichintún*, cuyo tema principal cuenta incluso con un *karaoke* en la plataforma o la música de *Horacio y Los Plasticines* que tiene canciones originales en cada capítulo compuestas por el grupo musical Chanco en Piedra.

4.5.3. Perspectivas actuales y futuras del sector

Se buscó aprovechar los ámbitos de experiencia particulares de cada uno de los profesionales consultados para describir y, en lo posible, adelantar escenarios desde el momento actual, marcado por la complejidad que implica la implementación de la televisión digital y el paso a entornos convergentes. En este apartado se consolidan los resultados de las entrevistas y se conectan con las propuestas del marco teórico, a partir de los seis ejes construidos en la articulación de los temas: Audiencias, Gobierno, Industria, Convergencia, Derechos y Calidad.

En el primer eje Gobierno, Industria y Derechos se recogió el planteamiento de los entrevistados sobre la tensión entre la capacidad de los gobiernos para desarrollar políticas de comunicación que se orienten en el enfoque de Derechos, tal como han planteado autores como Mastrini, et al., 2012, González, et al., 2016, Marino, et al., 2010, Bucci, 2015 y que trasciendan las imposiciones del mercado. Partiendo de las experiencias de Argentina y Brasil, Guillermo Calvi, Cynthia Ottaviano y Martín Becerra estimaron desde sus particulares matices que el rol del Estado en el resguardo del Derecho a la Comunicación se ve limitado en sistemas donde el mercado tiene prácticas desreguladas, los gobiernos no logran el consenso social para implementar sus políticas y los medios pertenecientes a grandes consorcios se constituyen en fuerzas que luchan por sus propios intereses comerciales. Un aspecto central es el marco legal, ejemplificado en la Ley de Servicios de Comunicación de Argentina. De acuerdo con lo manifestado en sus estudios, Becerra (2015; 2017) reiteró en la entrevista que después de una tramitación participativa, se logró una implementación sólo parcial de la ley, sin lograr ampliar el espacio destinado a la comunicación comunitaria. Becerra y Calvi concordaron en que a partir del decreto derogatorio de Macri se eliminaron los

aspectos que regulaban la concentración y limitaban el acceso de las empresas de telecomunicaciones al sector de las comunicaciones

Otro aspecto mencionado por los profesionales como Beth Carmona es la injerencia de los gobiernos en materia de designación de los ejecutivos de las emisoras públicas, aspecto que también es recogido en la literatura y considerado como perjudicial para la autonomía de las señales estatales, como apuntan autores como Bucci et al. (2012) y Mazzone (2014).

El segundo eje vinculó los temas de Gobierno, Industria y Convergencia en el que se recogieron las percepciones de los entrevistados respecto de la situación de la TV digital en el continente, como fuera descrita por CNTV y Gómez (2018). A partir de la experiencia argentina, los entrevistados señalaron que el rol de Estado durante el gobierno de los Kirchner fue central y, en ocasiones, excesivamente protagónico. Mientras Germán Calvi señaló que faltó tiempo para la consolidación de un modelo, Martín Becerra –que es más bien crítico con la gestión del gobierno de Cristina Fernández– indicó que desde un inicio hubo situaciones que pusieron en duda la consolidación del proyecto. Con el cambio de gobierno el resultado fue una desaceleración del proceso de la instalación de la TDA, agravado por el desinterés de los grandes grupos de medios privados, tal como apuntan en sus estudios investigadores como Marino (2017), que sostiene una postura más crítica de lo que sostienen Pauloni, Codoni, García Germanier (2014) y Pauloni et al. (2014).

El tercer eje, Gobierno, Industria y Calidad, abordó distintos ámbitos de la televisión pública: su misión, oferta, gestión y financiamiento. Los entrevistados reafirmaron los principios considerados en los estándares internacionales respecto de los medios de servicio público –como los han descrito Banerjee y Seneviratne (2006) y Bucci et al, 2012, entre otros–. Ellos destacaron la diferencia entre el sistema de televisión pública de los países europeos en los que se destaca un compromiso y vinculación con las audiencias, lo que contrasta con Latinoamérica que tiene modelos más frágiles, dependientes de los gobiernos de turno y sin tanto arraigo en el público.

Respecto de la oferta de contenidos, los entrevistados dieron a conocer el funcionamiento de canales como *Pakapaka*, *TEC-TV* de Argentina o Canal *IPé* de Perú. Mariana Loterspiel comenta las dificultades presupuestarias, administrativas y financieras que dificultan la gestión de los canales públicos y que limitan sus opciones programáticas, tal como ha sido ya advertido por estudiosos como Pérez Tornero y Alfonzo (1998).

Entre las dificultades que experimentan las señales de televisión pública se resaltan aspectos ya conocidos como los recortes presupuestarios, las trabas burocráticas y la incertidumbre de la dependencia estatal, tal como menciona Grewening (2009). Sobre el financiamiento publicitario para las señales públicas, Eugênio Bucci plantea que es el Estado el que debe hacerse cargo de la comunicación pública, tal como de la cultura o de la educación. Los Derechos deben estar al centro del ejercicio, lo que no es necesariamente de interés de los privados. Bucci se refiere específicamente a *TVN* y refuta la idea planteada por Fuenzalida (2019), al señalar que a través del avisaje los anunciantes se transforman en los dueños de la televisión y que ello no es deseable para los medios públicos.

Tal como lo han planteado por Gunn Enli (2008), Medina y Ojer (2011) y Páez Treviño (2016), se ha producido una diversificación de la oferta por el escenario digital. Ida Iervese lo ejemplificó en el caso de *TV Cultura* y su presencia en múltiples pantallas: tanto en la TV abierta digital y analógica, como en televisión de pago, al igual que *Pakapaka* y *Encuentro* que expandieron sus audiencias a partir de la TVD.

Los mecanismos de fomento del sector audiovisual en todo el continente fueron abordados por en el libro editado por Solot (2017), reflejando una gran variedad de formas existentes. En el caso de Argentina, Pulvirenti (2017) aludió al uso de criterios sectoriales –tamaño de las productoras audiovisuales– y territoriales –la capital y las zonas centrales, separadas de las demás localidades–. Germán Calvi, desde su experiencia en el INCAA, señaló la importancia de tener en cuenta ambos aspectos para garantizar la diversidad de las propuestas audiovisuales. Destaca tres puntos: primero la transparencia lograda en el proceso de adjudicación, entrega y rendición de los fondos, luego el desarrollo de la política de nodos audiovisuales que destinó capacidad productiva a las universidades de distintos lugares del territorio argentino y, finalmente al financiamiento pleno que permitió la participación de empresas realizadoras de diversos tamaños y locales. Becerra también se refirió a la experiencia argentina de fomento a través de los FOMECA y del POPFCAD, considerando que es una buena política, pero desarticulada de otras. Esta falta de articulación permitió, según Ottaviano y Calvi, el retraso en la ejecución de los concursos y recortes presupuestarios realizados bajo el gobierno de Mauricio Macri. Renzo Amado planteó que la falta de financiamientos estables y permanentes en algunos casos obliga a una dependencia excesiva de los fondos concursables, en detrimento de financiamientos permanentes y asegurados para la televisión pública.

Sobre las experiencias de televisión infantil pública, Kodaira (2005) escribía que luego de la irrupción de las señales internacionales para niños se produjo un resurgimiento de experiencias de televisión no comercial en distintos lugares del mundo. Los entrevistados hablaron de su participación en la gestación de proyectos significativos en América Latina, como los desarrollados por Beth Carmona en *TV Cultura*, Ida Iervese en *TV Rá Tim Bum*, Valeria Dotro y Mariana Loterszpiel en *Pakapaka*, Renzo Amado en Canal *IPé*, Sandra Téllez en *Mi Señal de Señal Colombia* y Germán Covarrubias en Novasur y en Escuela Plus. Los entrevistados concordaron en señalar algunos puntos como fundamentales que tuvieron impactos positivos en sus respectivas señales y que recuerdan a lo planteado por Home (1995). Respecto de la producción de contenidos, comentaron algunos de los mecanismos desarrollados por las televisiones públicas para la generación de programas infantiles, como abrir espacios a nuevas productoras no familiarizadas con el público infantil, para ampliar así el mercado de realizaciones para niños. Según los profesionales consultados, las señales también realizaron el acompañamiento a la producción de cada programa en todas las etapas: investigación, preproducción, producción y testeo con audiencias concordando con lo planteado por Gutiérrez González (2019). Los entrevistados destacan en este punto la colaboración internacional entre las señales, primero compartiendo experiencias para el desarrollo de los proyectos por ejemplo de *Pakapaka*, buscando asesoría en *Señal Colombia* o con profesionales como Beth Carmona. Ello ha permitido a los canales nuevos como *IPé* aprender y gestionar el desarrollo de sus contenidos. Luego la colaboración se traduce en la coproducción e

intercambio de contenidos entre la televisión pública de los distintos países. Renzo Amado destaca que para *IPé* fue central el desarrollo progresivo de los contenidos, comenzando por formatos menos exigentes en términos de producción, luego incursionando en animación y actualmente pensando en programas como *Martina y Rigoberto* que se acerca a las narrativas transmedia, pensando en el desarrollo de spin off, seguimiento a los personajes en otras plataformas.

Al consultarles acerca de los éxitos, los entrevistados destacaron *Castelo Rá Tim Bum*, *Tikitiklip*, *Noticiero Rá Tim Bum*, *Zamba*, *Minimalitos*, *Medialuna* o *La Lleva*. Más que una receta, los entrevistados ven los éxitos como momentos en los que se aúnan una serie de factores que permiten el desarrollo de los productos. Fuenzalida (2016) considera como centrales elementos como la representación lúdica de la diversidad, la valoración del niño como protagonista, la narración con esquema dramático, nuevas funciones de los personajes adultos y la importancia de incorporar recursos como la música. Otros logros trascienden los programas específicos y están referidos a valores de la televisión pública, como Valeria Dotro señala que *Pakapaka* se convirtió en un referente continental, por el reflejo de la identidad de niños que no siempre se reconocen en pantalla. Germán Covarrubias señala que Novasur logró capacitar e incorporar a cerca del 50% de los establecimientos educacionales del país- lo que supera cualquier escala de programas internacionales como los desarrollados por Google.

Los entrevistados valoraron las experiencias de colaboración como instancias de aprendizaje y de intercambio. En las experiencias de Argentina y de Colombia destaca la colaboración entre las señales y las autoridades de los respectivos Ministerios de Educación y Cultura en el desarrollo de productos específicos, situación que es más ambigua en el desarrollo de Novasur, en donde el Ministerio de Educación no asume la política de televisión educativa como propia.

Pese a estas adversidades, todos los profesionales concordaron acerca de la necesidad de contar con una televisión infantil pública, que es considerada como imprescindible para Viviana Sepúlveda, para entregar a las audiencias infantiles una mirada no comercial, identitaria y con pertinencia territorial, local y cultural. Germán Calvi propone la creación de una señal transnacional latinoamericana, impulsada conjuntamente por los Estados que sea capaz de competir con los grandes gigantes del entretenimiento.

El cuarto eje, Audiencias, Industria y Convergencia, recogió opiniones respecto del tema de la multiplicación de la oferta a través de Internet. Los entrevistados señalaron la relevancia de la televisión, su papel como pantalla central (como señalaron Renzo Amado y Sandra Téllez) y su rol socializador como apuntó Cynthia Ottaviano aún en tiempo de convergencia, en sintonía como planteaban los estudios de Cha (2012). Los entrevistados reconocen que el rol de la televisión cambia, como dice Sandra Téllez pasa a convertirse en una nueva radio, siempre encendida. También reconocen el potencial que ofrece la multipantalla para el desarrollo de la televisión, en el sentido que plantea Steemers (2016). Por ejemplo, Beth Carmona señaló que la implementación de TV digital en Brasil ha otorgado gran visibilidad a los contenidos nacionales.

Beth Carmona planteó que la oferta para niños se multiplica, pero no necesariamente se trata de productos de calidad. El desafío para los realizadores es conocer las motivaciones de las audiencias infantiles y apoyarlos para saber elegir de acuerdo con su edad, desde una lógica educomunicativa. Ida Iervese apunta que además Internet es un espacio desregulado. Según la ejecutiva, los enormes cambios en la forma de hacer televisión en apenas una década conllevan desafíos para hacer televisión en este nuevo escenario de competencia, de contenidos a la carta y ofertas variadas. La mayoría de entrevistados concuerda con que la apuesta es conocer a los niños de hoy, cómo viven, qué les interesa.

Considerando los cambios en el consumo, los entrevistados concuerdan con que las audiencias se perciben como más activas, capaces de producir sus propios contenidos, tal como mencionan Jenkins et al. (2009) y que recogen Aparici y García Marín (2018) al considerar a los productores de contenidos como participantes fundamentales de la comunicación, más que como consumidores. Gozávez y Contreras Pulido (2014) postulan la idea de una ciudadanía mediática y Cynthia Ottaviano considera a los niños como ciudadanos comunicacionales, por lo que es un derecho contar con educación y herramientas para participar.

Respecto de los formatos interactivos, Daniel Leite apuntó que deben considerarse también las experiencias y los aprendizajes que logran las audiencias con los formatos como los videojuegos y que es posible incorporar esas lógicas en la televisión. Valeria Dotro señala que es ciertamente un área por explorar y que requiere investigación y desarrollo.

Los modelos de negocios que ofrece la convergencia en el desarrollo de la televisión pública también fueron abordados en este eje. Entre ellos está el uso de redes sociales, y nuevos formatos multimedia, como apunta Ida Iervese. Como señala Valeria Dotro, se están realizando contenidos audiovisuales, considerando más allá de la televisión. El desarrollo de plataformas digitales fue tratado con los entrevistados que se refirieron a propuestas como Conéctate (el antecesor de Cont.AR) de Argentina y RCTV PLAY de Colombia. En este sentido, cabe recoger las recomendaciones de estudios realizados sobre las plataformas digitales de las señales infantiles españolas realizados por Lafaurie (2011), Sánchez Labella y Guarinos (2011) y Sánchez Labella (2016) y por Gómez Domínguez (2016) que constatan la falta de participación de las audiencias e invitan a las plataformas a aprovechar las características del medio digital.

El quinto eje, Audiencias, Gobierno y Derechos, recogió las políticas públicas sobre los Derechos de la infancia señalando los entrevistados que existen situaciones de base en Latinoamérica que no permiten garantizar el bienestar de este grupo, como la pobreza, las crisis económicas y la criminalización de la juventud. Esto sintoniza con lo que propone Santos Pais (2007) respecto de los esfuerzos intersectoriales y conjuntos que se requieren para que la totalidad de los Derechos puedan ser ejercidos.

Sobre el derecho a la comunicación de niños y niñas, Cynthia Ottaviano, considera que son ciudadanos comunicacionales, en la línea de lo descrito por Mata (2006), Gozávez y Contreras Pulido (2014) y por Fueyo, et al. (2018) en sus conceptualizaciones de ciudadanía comunicacional, mediática o digital. Eugênio Bucci aporta tal como Livingstone y Haddon (2009) que el centro no debe estar puesto en la

tecnología, sino en los Derechos y como señalaran Martens y Hobbs (2013) y Aguaded (2005; 2011) el uso de medios no garantiza la participación de las audiencias, sino que se precisa del desarrollo de competencias educomunicativas. Respecto del derecho a la participación, entrevistados como e Ida Iervese y Francisca Pini reconocen que hoy tienen una mayor visibilidad las iniciativas sociales lideradas por adolescentes, y que deben reconocerse espacios para que ello ocurra, tal como han propuesto estudiosos como Lansdown (2001) y Stoecklin (2017). Autores como Cabalín (2014) y Andrada (2016) se refirieron a las movilizaciones estudiantiles y las relacionaron con la cada vez más intensa visibilidad de los niños y jóvenes asociada al uso de los nuevos medios y redes. Francisca Pini relató las experiencias en el ámbito de la investigación en Educación en Medios y de los Derechos Humanos desarrollados por el Instituto Paulo Freire como un ejemplo de política pública estadual, posible de replicar en otros lugares y en los tiempos actuales.

Otros entrevistados refirieron sus experiencias educomunicativas. Valeria Dotro y Sandra Téllez se refirieron a prácticas desarrolladas por *Pakapaka* y *Señal Colombia* y destacaron que la investigación, conocer a sus públicos, sus motivaciones y sus formas de relacionarse es central para el desarrollo de contenidos. En otra línea educomunicativa Germán Covarrubias destacó que Novasur tuvo una profunda relación con las escuelas y profesores, mientras Claudemir Viana expuso acerca del aporte de la academia en el desarrollo de investigaciones que vinculan el ámbito educativo y la televisión y lo importante que es devolver los resultados de esas investigaciones a la sociedad.

El sexto eje, Audiencias, Industria y Calidad, que ahondó en la diversidad, los estándares de calidad y los referentes como festivales audiovisuales, recoge las opiniones sobre la concentración de los contenidos (ante el predominio de los grandes conglomerados como *Disney*) y el rol de las señales públicas infantiles en servir de vitrina a las ofertas locales. Daniel Leite considera esos espacios como una oportunidad para que los realizadores piensen cómo las infancias del continente desean ser vistas.

Otro punto discutido fue la responsabilidad de los canales públicos infantiles en la formación de ciudadanos, ya mencionadas en la literatura por Pérez Tornero (2005) y Hobbs (2010). Entrevistados como Ida Iervese, Germán Calvi y Mariana Loterspiel sostienen que el rol de los medios públicos es ser garantes de la diversidad e identidad de todas las infancias. Germán Calvi, Valeria Dotro e Ida Iervese asocian las formas de producción de *Pakapaka*, los Nodos Audiovisuales y el enfoque de programas como *Réporter Rá Tim Bum* como ejemplos de políticas para diversificar la pantalla. Ello incluye, según Renzo Amado, Valeria Dotro y Sandra Téllez que los niños puedan verse y escucharse en la pantalla, con su particulares lenguas, acentos y modismos.

Kodaira (2005) ya había adelantado las tendencias mundiales en el desarrollo de contenidos infantiles, a partir de su experiencia en el destacado *Japan Prize*. Daniel Leite y Beth Carmona mencionan la capacidad de los festivales para realizar talleres con diferentes públicos, entre ellos los niños y niñas. Los entrevistados también dieron su parecer acerca de los festivales como referentes de calidad de los programas infantiles, señalando que sirven tanto como un espacio de reunión de la industria, como para ayudar a definir lo que es la calidad por medio del visionado, la discusión de los materiales entre profesionales, académicos, realizadores y las audiencias.

V. CONCLUSIONES

A continuación, se presentan las principales conclusiones de la investigación realizada cuyo objetivo general fue caracterizar la oferta de contenidos de Novasur de acuerdo con su línea editorial, respecto de su calidad y en sintonía con los Derechos de los niños, niñas y adolescentes. Desglosando este objetivo es posible esbozar el recorrido realizado en este estudio. Como punto de partida, están los principios que recoge la Convención sobre los Derechos del Niño, los que sirven como marco orientador. Autores como Liwski (2007), Doek (2007), Moody (2015) y Ruggiero (2017) en su lectura de la legislación internacional han acentuado aspectos como los *supraderechos* –el bienestar superior del niño, la no discriminación y otros– y la indivisibilidad e interdependencia de las garantías. Este estudio ha recogido conceptos que se enuncian en la declaración y que hoy adquieren una especial relevancia: que los niños son sujetos de Derecho como ciudadanos del presente, que son actores participativos en la sociedad, en la línea de lo abordado por Stoecklin y Bonvin (2014) y Lansdown (2001; 2007) y la diversidad de las infancias (Amador Baquiro, 2012).

Uno de los aspectos tratados fue la dificultad que tienen los Estados para actuar como garantes del ejercicio de esos Derechos, tal como plantea Santos Pais (2007) y que esta tesis constata a partir de un estado de situación de las infancias en Chile, con datos estadísticos y a la luz de la Política Nacional de Infancia, a sus ámbitos en desarrollo y tareas pendientes. Entre dichas tareas se encuentra en proceso un sistema de articulación institucional y legal que permita superar desigualdades existentes en la calidad de vida de niños de los estratos económicos más bajos, marcadas por la pobreza, deficiencias en el acceso a salacunas y educación parvularia, entre otros temas.

Al considerar otro ámbito descrito en el objetivo, la línea editorial de Novasur, esta se define, primero, por su misión de servicio público al ser gestionada por una

institución estatal. Esta misión se encuentra tensionada por los desafíos que implican la implementación de la televisión digital y la convergencia. Ambos procesos fueron caracterizados en la revisión de literatura desde las posturas de Jenkins et al. (2009); Jenkins et al. (2013) que se proponen un enfoque que no está centrado en la tecnología, sino en las oportunidades y desafíos que conllevan para los sistemas públicos de medios y, especialmente, para la televisión.

Respecto del estado de implementación de la TVD en el país, CNTV y Gómez (2018) y otros autores más vinculados a la libertad de expresión, como Lanza (2014) destacan la posibilidad de incluir nuevos actores en el sector, que representen pluralmente a la sociedad, si bien constatan que ello no es un proceso automático y requiere de una fuerte acción política por parte de los Estados, de manera de hacer accesible la tecnología digital a la ciudadanía. Sáez-Baeza (2013) y Villarrubia et al. (2019) han descrito tanto la legislación como el sistema de entrega de concesiones de TV digital en el país y su ejecución –todavía en curso– como un proceso caro, lento y que no ha permitido dar sostenibilidad a la televisión comunitaria, a través de los apoyos financieros dispuestos.

En cuanto a la convergencia, su definición se apoyó en otros conceptos como el de hipermediaciones propuesto por Scolari (2008) y la cultura transmedia de Jenkins, Ford y Green (2013). A partir de ellos, varios autores cuestionan y proponen cómo será el desarrollo de una televisión en este escenario. Frente a la pregunta de Cabero (2005): ¿sigue existiendo la TV en un universo global?, Pérez de Silva (2000), Murolo (2009) y Campos Freire (2013) perciben que se tratará de una televisión distinta, en una etapa que Prado (2015) ha definido como «todo digital y en red». Autoras como Gunn (2008) Debrett (2009) y Azurmendi (2018) adelantaron que ello representa desafíos para el cumplimiento de la misión de los servicios públicos enfrentados –gracias a la convergencia– a extenderse a otras plataformas. Teniendo en cuenta estos fenómenos, se focalizó el estudio en la plataforma digital de Novasur para lo que se consideraron investigaciones como las realizadas por Sánchez Labella y Guarinos (2011) y Sánchez Labella (2015, 2016) sobre la oferta infantil en plataformas audiovisuales en España; otras como el estudio de Gómez Domínguez (2016) realizado específicamente respecto de las televisiones autonómicas y otras investigaciones sobre *Pakapaka* y *Teleclip* como las efectuadas por Sánchez Carrero y Méndiz (2013) y Sánchez Carrero y Martínez López (2011).

En términos de metodología, contando con la Base de Datos de contenidos de Novasur, proporcionada por el Programa como corpus, después de un proceso de visionado –de más de 26 horas de programación– y de una recodificación, se buscó describir la diversidad de la oferta, encontrando en el análisis de contenidos una correspondencia entre los programas y la línea editorial de Novasur que se sustenta en cuatro ejes temáticos centrales: identidad local o regional, contenidos curriculares, arte y cultura y formación para la vida. Se logró identificar que los contenidos son diversos, buscan reflejar la identidad de las infancias chilenas, que hay materiales para subgrupos etarios, temáticas, género, subgéneros y técnicas audiovisuales variadas. Respecto de los protagonistas de las series vinculadas a Novasur existe una incipiente diversidad al incluirse a personajes principales femeninos, migrantes, con discapacidad, pertenencia a pueblos originarios.

Un último punto por desglosar del objetivo general es la calidad. Considerando que se trata de un concepto complejo, al revisar los estándares internacionales, investigaciones e instancias de encuentro como los festivales audiovisuales internacionales, para el estudio de la calidad de las producciones se recurrió al Método MACCAI propuesto por Sandoval (2016) y enriquecido por los aportes de autores como Götz y Schlote (2009), Pujadas (2011) y Fuenzalida (2016) que tienen apreciaciones respecto de la temática de género en los contenidos, sobre la diversidad y acerca de la representación del *niño-audiencia*. Se aplicó el método sobre una muestra de 24 series audiovisuales de distinta procedencia: Fondo CNTV, coproducciones nacionales y regionales y producciones propias, teniendo como resultado una valoración de cada programa. En términos generales, los programas dan voz a infancias diversas, activas, inquietas, que cuentan su historia y las de sus comunidades desde sus particulares puntos de vista.

Finalmente, buscando describir el actual escenario y adelantar posibles devenires, se realizaron entrevistas a destacados profesionales del sector de las comunicaciones del ámbito latinoamericano. Desde sus propias experiencias dichos profesionales adelantan un futuro complejo, pero desafiante, que involucra un Estado presente, visionario y comprometido con generar políticas de largo plazo en el desarrollo de este sector, que se considera vital para el ejercicio del derecho a la comunicación y participación de las audiencias infantiles.

Luego de este recorrido, considerando las ideas expresadas en el marco teórico –y que fueron comentadas desde los resultados obtenidos– se identificaron distintos ámbitos sobre los cuales se pueden proponer algunas conclusiones que pueden ser útiles a la gestión de CNTV Infantil, como programación heredera de Novasur:

1. Respecto de sus contenidos, Novasur tuvo una decidida vocación de incluir infancias diversas tanto territorialmente como en términos identitarios, sin embargo, será necesario reforzar la participación de los niños y niñas desde una perspectiva educomunicativa.

Al considerar la situación de las infancias en Chile, si bien se han producido avances en indicadores de bienestar e institucionalidad, deben ser profundizadas las garantías de los niños y niñas en general y específicamente el Derecho a la comunicación. Las infancias manifiestan preocupación por los temas contingentes del país y demandan espacios de participación en el nuevo espacio constituyente.

Los programas de Novasur apelan a lograr la identificación de sus públicos con estos personajes protagónicos –tanto los reales como ficticios–, con sus problemáticas cotidianas y la variedad de localidades en las que se encuentran. Aunque en los inicios del Programa los contenidos fueron propiamente curriculares, hoy tienen un fin educativo en un sentido amplio, como pudo apreciarse en el análisis cualitativo, incluyendo dimensiones como la formación ciudadana. La disminución de materiales curriculares en las nuevas series incorporadas en la plataforma en el paso de Novasur a CNTV Infantil, puede atribuirse a un giro en la relación con las escuelas y el deseo por perfilarse como televisión infantil, más que educativa. Como señaló en su entrevista Germán Covarrubias existe un extenso contacto del Programa con el mundo escolar

que no debería ser desestimado en miras a contar con una propuesta educomunicativa que permita a la televisión colaborar en que los niños puedan entender su mundo.

Considerando que las infancias son complejas y diversas y que los niños y niñas son sujetos de Derechos en el presente, reflejar a estas infancias es un desafío que se hace cada vez más complejo: requiere no sólo verlos como objetos de estudio, sino que el diálogo con niños y niñas pueda verse reflejado en el diseño, la lectura y comprensión de los programas. Se espera que los contenidos muestren fielmente las sociedades en la que niños y niñas viven, considerando entre otros ámbitos, las nuevas formas de hacer familia, los roles de los adultos mayores activos, las diferentes masculinidades. También, tal como sugieren las recomendaciones de Götz y Schlote (2009) debe darse aún más visibilidad a las niñas en papeles heroicos, imperfectos y no estereotipados.

Hasta ahora las acciones educomunicativas que se ven reflejada en los materiales complementarios como guías pedagógicas y las cartillas de educación en medios, pero es deseable incluir investigaciones, talleres y actividades presenciales, similares a las que efectuaba Novasur en terreno y que periódicamente realizan otros canales como *Mi Señal* y *Pakapaka*.

2. La plataforma digital de Novasur pese a su variedad de contenidos, es fundamentalmente un repositorio de contenidos más que un espacio que aproveche el potencial participativo de las audiencias, lo que requiere un replanteamiento en el escenario multipantalla.

Los cambios tecnológicos asociados a la convergencia y digitalización plantean grandes retos para el sector de la comunicación en Iberoamérica. Los medios de servicio público, en específico la televisión, deben adecuar su misión y principios al contexto digital y multipantallas. A través de los testimonios de los entrevistados se pudo constatar que las señales públicas infantiles como *Pakapaka* o *Mi Señal*, si bien pensaron en el desarrollo de plataformas, se vieron limitados por la falta de presupuestos y de personal especializado.

Ampliarse a nuevas vitrinas es vital para cualquier oferta de contenidos en estos tiempos en los que las audiencias buscan materiales en diversos soportes y horarios. Esto no es nada nuevo para otras señales ya analizadas anteriormente, como *Pakapaka*, y *TV Rá Tim Bum* —el canal segmentado de *TV Cultura* para niños y transmitido en la televisión de pago— que se tramiten tanto en señales abiertas, como pagadas, y en diversas plataformas: los propios sitios web y en otros repositorios estatales como Cont.Ar.

Ciertamente se requerirá de equipos profesionales especializados para concebir la plataforma digital como un espacio de vanguardia, conectado con la televisión y con otras pantallas móviles, por ejemplo, a través del desarrollo de formatos transmedia adecuados para público infantil. Este tránsito de las ofertas televisivas a nuevas pantallas, desde la web a los móviles es fundamental para la sostenibilidad futura de cualquier oferta televisiva en el actual escenario, que desde la óptica del audiovisual ampliado que propone Marino (2017) y que requiere proyectarse más allá de la televisión.

3. Novasur, así como su principal fuente externa de programas: el Fondo CNTV son financiados con recursos del Estado que son definidos anualmente, cuya continuidad y montos no están garantizados. Otras fuentes de recursos a través de la colaboración –regional, nacional e internacional– podrían ser potenciados por CNTV Infantil en el escenario convergente.

Como se señaló anteriormente, el Fondo CNTV aportó el 44,1% de los programas nacionales de la plataforma Novasur y el 40,1% de los contenidos infantiles de la televisión abierta en 2018. Su ingreso depende de las condiciones económicas del país y de los cambios de gobierno. Novasur, Programa Presupuestario que renueva sus fondos a partir del cumplimiento de metas anuales, no ha logrado superar el monto asignado en 2011. Según se constató en los estándares internacionales y las entrevistas, no bastan medidas que tomen los gobiernos, sino que es necesario considerar propuestas que sean de Estado: más globales, que trasciendan a más de un período de gobierno, que estén correspondientemente financiadas y que como señalan Banerjee, & Seneviratne (2006) respondan a la propuesta de estándares globales de comunicación pública.

A nivel latinoamericano, otros canales estatales que experimentan similares situaciones presupuestarias. Por ello, desarrollan estrategias para potenciar los recursos. Entre ellas, las coproducciones nacionales y regionales han sido muy exitosas para Novasur, en tanto ambas representan el 35,5% de los programas nacionales presentes en la plataforma, incluyen a un gran número de instituciones y se realizan en todas las regiones del país. Si bien no se ha valorado monetariamente el aporte que ello significa al quehacer de Novasur y ahora de CNTV Infantil, sería interesante considerarlo, en especial si se tiene en cuenta que la mayoría de esas organizaciones colaboradoras son estatales. Cabe considerar que la falta de realización de coproducciones regionales desde 2017 y la eliminación de los equipos regionales del Departamento de TV Cultural y Educativa, será sin duda una importante pérdida respecto de la oportunidad de colaborar con instituciones interesadas en aportar contenidos para las infancias desde los territorios.

Respecto de las coproducciones internacionales, Novasur logró posicionarse gracias a su destacada participación en festivales audiovisuales, que han validado la calidad de sus producciones. La realización con canales públicos y productoras de la región latinoamericana, si bien no es muy numerosa en la plataforma Novasur, constituye una oportunidad apreciada por los entrevistados de señales como *Pakapaka*, *Mi Señal*, e *IPé*. Esta colaboración permite no sólo la rentabilización de recursos económicos, sino también los profesionales, se amplían los mercados de nacionales a continentales, se dota de mayor diversidad a las pantallas y se aprovecha la unidad idiomática del continente: a través de la generación de contenidos con identidad latinoamericana y, eventualmente, iberoamericana.

Entrevistados como Germán Calvi plantearon que la convergencia permite pensar en iniciativas de televisión o plataformas colaborativas de carácter continental. Dada las restricciones presupuestarias, sólo la cooperación entre varios actores permitiría, por ejemplo, incursionar en géneros que aún no han sido desarrollados por Novasur por su alto costo, como ficciones de acción real al estilo de telenovelas para público infantil, o formatos para móviles o transmedia. Del mismo modo, se requiere

evaluar la colaboración con nuevos socios coproductores que puedan aportar a generar otras formas de realización, a través de *apps*, videojuegos, realidad virtual u otros formatos convergentes.

4. En el contexto de la demanda ciudadana por contar con una nueva señal estatal infantil, el aporte de Novasur –hoy CNTV Infantil– como oferta de contenidos de televisión regional y local como pública no sólo es necesario, sino estratégico.

Considerando que los medios de servicio público están llamados a recoger la diversidad de las infancias y permitir la participación de las audiencias infantiles y que los niños son audiencias preferentes de los medios de servicio público, especialmente los de los estratos sociales más desfavorecidos, sólo el 0,9% del total de contenidos emitidos por la TV generalista en 2018 fueron destinados a público infantil (CNTV, 2019a, p.42).

Novasur es una oferta de contenidos emanada de una institución estatal y que por lo tanto está definida por su misión de servicio público, así como limitada por la particularidad de no ser un canal de televisión tradicional. Pese a ello, se ha convertido en una fuente de contenidos para los canales de televisión, en tanto entrega gratuitamente programación a las señales locales y regionales con las que tiene convenio. Con ello que se enriquece su oferta televisiva con materiales procedentes de España, Estados Unidos, Corea y de países latinoamericanos, poco habituales en la pantalla nacional. Lo mismo sucede con los audiovisuales financiados por el Fondo CNTV –que es otorgado precisamente por la calidad de sus propuestas–. Estos contenidos, aunque han sido previamente emitidos por un canal de TV abierta, no necesariamente han sido vistos masivamente y, a través de la vitrina que ofrece Novasur, pueden ser difundidos por la televisión regional y local.

TVN ha relanzado una franja de contenidos infantiles, incluyendo programas premiados por el Fondo CNTV algunos compartidos con Novasur. Pese a ser una oferta pública, Novasur no ha tenido espacio en los canales nacionales abiertos, hasta ahora debido a la contingencia por la pandemia provocada por el Covid 19. El 14 de abril se realizó el anuncio presidencial acerca del lanzamiento de una señal infantil de carácter educativo, TV Educa Chile, coordinada por TVN con el apoyo del CNTV, del Ministerio de Educación y de la Asociación de Canales de Televisión ANATEL. Esta oferta se emitirá por la segunda señal digital de los canales abiertos a contar del lunes 27 de abril entre las 07 y las 23 horas, mientras dure la restricción de las clases presenciales en el país. Su programación educativa incluye programación de CNTV Infantil (ex Novasur) como *Pichintún*, *Experimenta*, *Lyn* y *Babas*, entre otros (Reyes, 2020). Este anuncio presidencial responde a la necesidad de este tiempo tan particular, un canal público infantil no estaba planteado en el Programa del actual gobierno y ha sido resistido por la actual administración, por los costos financieros que implica.

En tanto Novasur es un Programa presupuestario del Estado de Chile que ya cuenta con un financiamiento anual es adecuado que los canales puedan acceder a los programas. Considerando la participación de Novasur en el acompañamiento a las producciones que realiza le permite monitorear el apego a los estándares de calidad. A ello se suma su conocimiento de la diversidad de las audiencias infantiles que queda demostrado en la variedad de contenidos y protagonistas; su trayectoria en la

producción con bajo costo y en la generación de redes territoriales para la realización de contenidos, a nivel nacional, regional e internacional.

Por otra parte, los contenidos son realizados con consideraciones distintas a las de la televisión tradicional, más alineadas con los medios de servicio público, es decir, programas pensados para los subgrupos etarios –tanto en su lenguaje y duración– sin aportes publicitarios; realizados con la participación de socios públicos y privados sin fines comerciales y con énfasis territorial, como se demuestran especialmente en las coproducciones regionales.

Cabe en este momento retomar a partir de lo plateado por Home (1995), aquellos puntos destacados por los entrevistados como imprescindibles para lograr para tener éxito en el desarrollo de productos para la infancia: la libertad creativa para el desarrollo de los proyectos sin presión gubernamental o administrativa, es decir con una cierta independencia. Contar con equipos multidisciplinarios que provengan de diversas trayectorias profesionales (en el ámbito público, académico, privado, producción, gestión de proyectos, realización, etc.); capacitar a los equipos en áreas sensibles como los Derechos de la Infancia; contar con recursos financieros adecuados, asegurados y estables; segmentar según grupos etarios y elaborar programas para toda la familia; considerar las experiencias previas de otras señales de televisión pública; abrirse a nuevos formatos y estéticas y escuchar y aprender de las audiencias como las familias o las escuelas. A futuro, cualquiera sea la fórmula escogida para entregar una oferta audiovisual para niños –ya sea a través de la televisión o en múltiples pantallas– considerar la programación de Novasur sería deseable por los aspectos ya señalados.

5.1. IMPLICACIONES DEL ESTUDIO

En el momento actual, la pandemia por el virus Covid19 ha puesto en evidencia la desigualdad ya enunciada por el estallido social del mes de octubre. Ante la crisis económica y el desempleo, las cifras de conectividad a Internet y de penetración de la televisión de pago ya descritas en esta tesis habrán disminuido, reafirmando que se trata de suntuarios para gran parte de la población. Las dificultades para implementar con éxito clases a distancia, tanto por la falta de conectividad como de equipamiento entre los más vulnerables ha puesto el foco en la televisión como agente educativo. Ante la reclusión domiciliar y la suspensión de las clases en las escuelas, ha resurgido la necesidad de contar con una oferta pública de televisión infantil educativa y de calidad, un tema que aparece cíclicamente en la agenda pública, oscilando entre el total rechazo por parte de determinados sectores políticos y la demanda de la ciudadanía.

Los ejemplos de señales vecinas como *Pakapaka* en Argentina e *IPé* de Perú que han incorporado franjas horarias de programas infantiles y educativos en la televisión generalista para acompañar a los niños durante la cuarentena, han servido de ejemplo para implementar una iniciativa particular, que antes de la pandemia hubiese sido impensable: TV Educa Chile. Fruto de la alianza entre los canales abiertos agrupados en ANATEL, coordinados por TVN y con apoyo de CNTV permite programar contenidos educativos e infantiles de la segunda señal digital. No hay que olvidar que el CNTV implementó durante 2019 una mesa asesora con el objetivo de sentar las bases de un

canal de esta índole, que se encuentra temporalmente en receso. Dar continuidad a este u otro canal infantil/educativo/cultural requiere de consideraciones que involucren a todos los actores del sector, en un escenario económico inmediato que es incierto. Ciertamente la implementación y puesta en marcha de TV Educa Chile es inédito y es la primera oportunidad de poner en todos los canales abiertos y de manera simultánea los contenidos de Novasur.

Previamente Novasur había sido considerada en otras investigaciones desde la perspectiva escolar considerando su uso en aula. Dichos estudios mostraron una masiva vinculación escolar del Programa, que hasta 2017 capacitó al menos a un profesor del 50% de los establecimientos educacionales del país. Sin embargo, no se ha evaluado a Novasur como programación televisiva ni como una plataforma digital. Por la falta de visibilidad en la televisión abierta nacional, ha pasado inadvertido para las audiencias su tránsito de televisión escolar a televisión para la infancia. Quizás por ello, no ha sido incluida entre otros estudios sobre televisión infantil o consultada como institución fundamental en la formulación de las orientaciones que pudieran servir para proponer un canal público cultural/educativo/infantil, actividad que fue finalmente conducida por el entonces Consejo de la Cultura y de las Artes y el Ministerio de Educación.

Este estudio constituye un aporte frente a un ámbito poco estudiado: Novasur en tanto única oferta audiovisual pública pensada para los niños de Chile. Dos esfuerzos han sido constatados a lo largo del estudio: incluir infancias diversas en esta pantalla y darles voz, permitiendo que puedan ejercer más plenamente su derecho a la comunicación. Escasamente niños migrantes, con discapacidad, pueblos originarios o protagonistas femeninas tienen cabida en la casi inexistente oferta programación infantil de la televisión abierta. Construir la identidad con los niños y niñas, ofrecerles la posibilidad de verse es sin duda un valor que parece ser apreciado al incluir estos contenidos en la vitrina de TV Educa Chile. Sin duda se trata de una oferta de calidad que puede haber sido subestimado y a partir de esta nueva vitrina televisiva y de este estudio, entre otros que se harán necesarios podrá servir para la discusión con argumentos respecto de la TV pública infantil en el país.

Entre los aportes más específicos, se espera que el recorrido realizado en este análisis por la oferta de la plataforma digital sirva para apoyar las decisiones de programación (producción, coproducción y compra) que hasta ahora han sido tomadas sobre la base del profesionalismo y de la vasta experiencia de sus equipos profesionales. El estado de la televisión digital y la convergencia en el mundo y el recorrido presentado sobre las experiencias internacionales de televisión infantil en Iberoamérica puede ser un referente para considerar en la generación de nuevas políticas públicas que hoy, son especialmente necesarias y demandadas. Esta tesis parte de la base de que los cambios tecnológicos en curso ofrecen posibilidades que pueden y deben ser aprovechadas por los medios de servicio público, para su desarrollo y que ello será posible solamente con el liderazgo estatal en acuerdo con los actores sectoriales y la sociedad en su conjunto. El proceso de instalación de la televisión digital en Chile que fue enunciado y contrastado con los desarrollados en otros países en esta investigación requerirá ser reimpulsado, considerando ejemplos exitosos y fallos. Igualmente, la convergencia avanza de manera implacable poniendo en cuestión las

medidas de regulación a nivel mundial. Cabe que se consideren los nuevos estándares teniendo como centro la garantía de libertad de expresión.

El nuevo proceso constitucional que inicia su curso en el mes de octubre permite pensar en un espacio adecuado para realizar los cambios institucionales que no han sido posibles en el seno de las organizaciones. A la luz de la investigación realizada se pueden vislumbrar algunos aportes a esta discusión:

En primer lugar y tras revisar la Convención de los Derechos de los Niños, la situación de la infancia en el país y su rol de activos protagonistas de los procesos sociales no se puede pensar en la generación de una nueva Constitución sin contar con la participación de los niños y niñas, que representan al 30% de la población del país. Temas aquí expuestos como la autonomía progresiva cabe pensar en el desarrollo de una estrategia de educomunicación, para fomentar la formación ciudadana a través del uso de medios tradicionales (como la televisión) y nuevos medios digitales, como han destacado autores como Aguaded (2005), Martens y Hobbs (2015) y Wallis y Buckingham (2019).

En segundo término, Chile no cuenta con marcos legales adecuados a la convergencia y que abarquen a todos los medios. En este sentido, el Colegio de Periodistas de Chile realizó la propuesta de generar una Ley de Medios que considere todos los soportes y esté centrada en el resguardo de las garantías sociales, que mire el escenario convergente y trascienda criterios exclusivamente comerciales. Es posible aprender de las fortalezas y debilidades aquí expuestas respecto de otros marcos legales, como la LSCA de Argentina, sus dificultades de aplicación para la generación de una legislación que cumpla con dichos fines.

Tal como proponen los estándares que orientan el ejercicio de los medios de servicio público, respecto de la institucionalidad se requiere una visión integral que prime sobre las disputas de poder, modernice el Estado y lo ponga al servicio de políticas orientadas al resguardo de los Derechos de la ciudadanía, teniendo en cuenta el nuevo contexto tecnológico. Por un lado, se requeriría reformar la institucionalidad audiovisual, por la convergencia de sectores (como televisión y telecomunicaciones) actualizando el CNTV y adaptándolo a los nuevos requerimientos de la TV digital: contar con organismo descentralizado, con presencia en todo el territorio nacional y con unos consejeros que sean representativos no sólo de las tendencias políticas, sino de la pluralidad cultural y social del país. Por otra parte, frente a un incierto futuro económico, debería buscarse cómo rentabilizar los recursos estatales destinados a la realización audiovisual en sus diversos formatos, los que hoy están dispersos en al menos tres instituciones públicas: el CNTV, CORFO y el Ministerio de las Culturas. Finalmente, se podría retomar –con seriedad– la discusión respecto de la viabilidad de contar con una señal en televisión digital cultural, infantil y educativa, de acuerdo con el desempeño de TV Educa Chile. Cuál debería ser su tipo de financiamiento y gestión incluyendo TVN como señal-vehículo-soporte, el papel de UESTV que demanda ser parte de esta iniciativa como gestor de contenidos emanados desde la Academia, los canales locales y regionales y nacionales, los actores institucionales (CNTV, Ministerio de Educación, Ministerio de las Culturas, etc.) y la sociedad civil y sin desestimar la experticia de Novasur en el trabajo los estándares de producción dirigida a la infancia para aplicar ese modelo a los contenidos financiados por el Estado.

5.2. LIMITACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

La investigación realizada tuvo como foco la oferta de contenidos de Novasur desde seis principales ejes: industria, convergencia, los Derechos de la infancia, rol del Estado, la calidad y las audiencias. En el último punto, niños y niñas fueron considerados sólo en términos generales, a través de datos externos que aportaron información acerca de sus dietas mediales: su acceso a equipamiento, visionado de televisión y hábitos de consumo de pantallas. El diseño no consideró consultar a este público, ya que ello implica abrir una línea de investigación muy amplia, que merece un estudio especial, por ejemplo, respecto de la opinión que tienen los niños de la calidad y de la diversidad de los audiovisuales de Novasur, o si se sienten suficientemente reflejados en su pantalla. Existe el desafío de tener una mirada de Novasur –ahora de CNTV Infantil– desde sus públicos con una mirada educomunicativa: en conjunto con las audiencias plantearse estrategias para fomentar la escucha y la participación de los niños que enriquezcan la programación, haciéndola todavía más pertinente.

Por otro lado, el estudio de las plataformas digitales debiese ser periódico, ya que es dinámico, en tanto los contenidos se renuevan periódicamente –a partir del vencimiento de las licencias de emisión y de nuevas adquisiciones–, por lo cualquier estudio puntual constituye una foto del momento en el que se realizó. En marzo de 2020 la plataforma de CNTV Infantil fue actualizada, lo que ameritará nuevos seguimientos para revisar su aporte a reflejar la diversidad de las audiencias. Del mismo modo, las plataformas y sus posibilidades convergentes serán un objeto de interés en la medida en la que las audiencias tengan acceso a una mayor participación, por ejemplo, a través de la producción de sus propios contenidos o del seguimiento de materiales transmedia en las diferentes pantallas.

Por otra parte, las circunstancias excepcionales vividas en el último año han abierto una serie de líneas de investigación que se intuyen en esta tesis y podrían desarrollarse a futuro, como la participación infantil en el horizonte constituyente, el diseño y uso de herramientas educomunicativas en apoyo a la formación ciudadana de este público.

El reciente lanzamiento de TV Educa Chile abre una serie de interrogantes que fueron enunciadas en el punto anterior y que abre varios ámbitos de análisis: primero si los canales de ANATEL pertenecientes a grandes grupos económicos entregarán a permanencia el uso de sus segundas señales para este objetivo. En segundo lugar, ¿cómo se financiará esta iniciativa en el tiempo? ¿contribuirán los canales con recursos? ¿se incluirán avisos publicitarios? En tercer término, ya que no se ha producido el apagón analógico, respecto de la televisión digital se plantean dudas sobre el acceso de la ciudadanía en términos de equipamiento domiciliario (televisores, decodificadores), no hay medición de sintonía o de avisaje publicitario. En cuarto término, está el rol de liderazgo de TVN en un contexto de precariedad económica del canal. Finalmente, debe evaluarse TV Educa y lo que implica respecto de la discusión de contar con una señal permanentemente dedicada a la infancia/educación y cultura. Su viabilidad estará vinculada a la propuesta de la mesa asesora organizada por el CNTV que se encuentra redactando las bases concursables. Por lo pronto, cabe esperar para

ver cómo se desarrollará esta colaboración, cómo será recibido el canal por el público infantil, todos aspectos para abordar en una siguiente investigación.

REFERENCIAS

- Aguaded, I. (2005). Enseñar a ver la televisión: una apuesta necesaria y posible [Teaching to watch TV: a necessary and possible option]. *Comunicar*, 25, 51-55. <https://doi.org/10.3916/C25-2005-007>
- Aguaded Gómez, J.I. (2005). La televisión que queremos... Hacia una TV de calidad [The television we want: towards a better TV]. *Comunicar*, 24, 7-8. <https://bit.ly/2CFdaQ3>
- Aguaded, I. (2011). La educación mediática, un movimiento internacional imparable. La ONU, Europa y España apuestan por la educomunicación [Media education: An international unstoppable phenomenon UN, Europe and Spain support for educommunication]. *Comunicar*, 37, 7-8. <https://doi.org/10.3916/c37-2011-01-01>
- Aguaded, I., Sánchez, J., & Marín, V. (2012). *Televisión Educativa*. Síntesis.
- Aguaded, I., & Sánchez Carrero, J. (2013). El empoderamiento digital de niños y jóvenes a través de la producción audiovisual. *adComunica Revista de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación* 5, 175-196. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2013.5.11>
- Alaniz, M., Mandakovic, M. A., & Parisi, M. (2017, 12-14 de julio). *Retrocesos en la conquista de la comunicación como un derecho. De la celebración de la ley de medios a los decretos urgentes del macrismo (2009-2016)* [Conferencia] X Congreso Internacional de la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura. Quito, Ecuador. <http://bit.ly/2RKNDdd>
- Álvarez, M.E. (2016, 21 de mayo). TVN: Gobierno proyecta a señal estatal como un nuevo consorcio de medios. *Diario La Tercera*. <http://bit.ly/38Tr0ZZ>

- Álvarez, R. (2016, 19 de mayo). Gobierno destinará US\$25 millones para crear un canal cultural educativo. *Diario La Tercera*. <http://bit.ly/2S8kDeA>
- Alzás, T., & García, L. M. C. (2017). La evolución del concepto de triangulación en la investigación social. *Revista Pesquisa Qualitativa*, 5(8), 395-418. <http://bit.ly/2t13Hhp>
- Amador-Baquiro, J. C. (2012). Condición infantil contemporánea: hacia una epistemología de las infancias. *Pedagogía y saberes*, 37, 73-87. <https://doi.org/10.17227/01212494.37pys73.87>
- ANCINE (Ed.) (2015). *TV Aberta no Brasil: aspectos económicos e estruturais*. <http://bit.ly/38UxW98>
- ANCINE (Ed.) (2017a). *Informe TV Aberta 2016*. <http://bit.ly/2GKe5O2>
- ANCINE (Ed.) (2017b). *Brasil de todas as telas. Catálogo de Conteúdos para TVs Públicas 2017 Obras Nacionais 2017*. <http://bit.ly/2UeWjuf>
- Andrada, P. (2016). Aproximaciones a las competencias mediáticas de los espectadores. En L. Antezana, & C. Cabalin (Eds.), *Audiencias volátiles, televisión, ficción y educación* (pp.123-139). Instituto de la Comunicación e Imagen, Universidad de Chile. <http://bit.ly/2tE5l9a>
- Antona-Jimeno, T. (2014). Los orígenes de la Televisión Educativa en TVE (1958-1966). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20 (Núm. especial), 209-226. http://doi.org/10.5209/rev_esmp.2014.v20.45099
- Antwell, N. (2017). *CRC General Principles* [Class Handout] Children's Rights Center, Universidad de Ginebra, Suiza.
- Aparici, R., & García-Marín, D. (2018). Prosumidores y emirecs: Análisis de dos teorías enfrentadas [Prosumers and emirecs: Analysis of two confronted theories]. *Comunicar*, 55, 71-79. <https://doi.org/10.3916/C55-2018-07>
- Arnstein, S. R. (1969). A Ladder of Citizen Participation. *Journal of the American Institute of Planners*, 35(4), 216-224. <http://bit.ly/2T4lNtE>
- Asociación Nacional de Televisión, ANATEL. (2014). *Segundo Informe Anual Televisión Chilena*. <http://bit.ly/2NcBmLX>
- Avendaño, C. (2011). La televisión y sus nuevas expresiones [Television and its New Expressions]. *Comunicar*, 36, 10-14. <https://doi.org/10.3916/c36-2011-02-00>
- Ávila, P. (2010). México. En J.M. Pérez-Tornero, & L. Vilches (Coords.), *Libro Blanco sobre la Televisión Educativa y Cultural en Iberoamérica* (pp. 161-204). Gedisa.
- Azurmendi, A. (2018). Reconectar con la audiencia joven. Narrativa transmedia para la transformación de la televisión de servicio público en España, Francia, Alemania y Reino Unido. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, 927-944. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1289>

- Banerjee, I., & Seneviratne, K. (2006). *Radiotelevisión De Servicio Público: Un Manual De Mejores Prácticas*. UNESCO. <http://bit.ly/35DEFST>
- Barlovento. (2016). *Análisis Televisivo Año 2016*. <http://bit.ly/2QERoAz>
- Bauman, Z. (2003). El desafío ético de la globalización. *Revista Colombiana de Sociología*, (21), 231-235. <http://bit.ly/39W5jtF>
- Bauman, Z. (2016). *La globalización. Consecuencias humanas*. Fondo de Cultura Económica.
- Becerra Z., J.R., & Avilés Lozano, S. (2014). Oferta y diversidad de la programación infantil en América Latina. En E. Rueda, & C. Martínez (Eds.), *La investigación ante el nuevo marco regulatorio de las telecomunicaciones y la radiodifusión en México* (pp. 1607-1620). Universidad Autónoma de San Luís de Potosí.
- Becerra, Martín (2015a). *De la concentración a la convergencia. Política de medios en Argentina y América Latina*. Paidós.
- Becerra, M. (2015, 28 de septiembre). Herencias del Kirchnerismo. *Quipu. Políticas y tecnologías de comunicación*. <http://bit.ly/2S8pCf9>
- Becerra, M. (2015, 09 de octubre). Recalculando: seis años de la ley audiovisual. *Quipu. Políticas y tecnologías de comunicación*. <http://bit.ly/2GErJ54>
- Becerra, M. (2017, 23 de diciembre). Con V de Vendetta (Macri interviene AFSCA y AFTIC). *Quipu. Políticas y tecnologías de comunicación*. <http://bit.ly/39Vhp5u>
- Becerra, M., & Mastrini, G. (2019). *La convergencia de medios, telecomunicaciones e internet en la perspectiva de la competencia: Hacia un enfoque multicompreensivo*. UNESCO. <http://bit.ly/2UrzVhe>
- Berrocal, S., Campos-Domínguez, E., & Redondo, M. (2014). Prosumidores mediáticos en la comunicación política: El Politainment en Youtube [Media prosumers in political communication: Politainment on YouTube]. *Comunicar*, 43, 65-72. <https://doi.org/10.3916/c43-2014-06>
- Bizberge, A. (2016). *Argentina. Regulación y políticas públicas para la TV digital*. OBSERVACOM. <http://bit.ly/30drO8Y>
- Borges, G. (2008). *A Discussão da Qualidade dos Canais Culturais Públicos: o Caso da A2: Portuguesa* [Conferencia]. Intercom XXXI Congresso brasileiro de Ciências da Comunicação, Natal, Brasil.
- Bringué, X., & Sádaba, C. (Coords.) (2008). *La Generación Interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas*. Ariel y Fundación Telefónica. <http://bit.ly/2R19QIV>
- Bucci, E. (2015). *O Estado de Narciso. A comunicação pública a serviço da vaidade particular*. Companhia das Letras.

- Bucci, E. (2016). Televisão Brasileira e ditadura militar. *Rumores*, 20(10), 172-193. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-677X.rum.2016.117685>
- Bucci, E., Chiaretti, M., & Fiorini, A.M. (2012). Indicadores de calidad de las emisoras públicas- evaluación contemporánea, *Debates* Cl,10. UNESCO. <http://bit.ly/2Nb7hwo>
- Buckingham, D. (2000). *Crece en la era de los medios electrónicos*. Morata.
- Buckingham, D. (2008). *Más allá de la tecnología. Aprendizaje infantil en la era digital*. Manantial.
- Buckingham, D., & Martínez-Rodríguez, J.B. (2013). Introduction. Interactive Youth: New Citizenship between Social Networks and School Settings [Presentación: Jóvenes interactivos: Nueva ciudadanía entre redes sociales y escenarios escolares]. *Comunicar*, 40, 10-13. <https://doi.org/10.3916/c40-2013-02-00>
- Buckingham, D., & Rodríguez, C. (2013). Aprendiendo sobre el poder y la ciudadanía en un mundo virtual [Learning about Power and Citizenship in an Online Virtual World]. *Comunicar*, 40, 49-58. <https://doi.org/10.3916/C40-2013-02-05>
- Buckley, S. (Ed.) (2011). *Community Media: A good practice handbook*. UNESCO. <http://bit.ly/2R1aHTF>
- Buitrago-Alonso, A., García-Matilla, A., & Gutiérrez-Martín, A. (2017). Perspectiva histórica y claves actuales de la diversidad terminológica aplicada a la educación mediática [Historical perspective and current keys of terminological diversity applied to media education]. *Edmetec*, 6(2), 81-104. <https://doi.org/10.210717edmetec.v.6i2.7002>
- Buquet, G., Lanza, E., & Radakovich, R. (2013). *Diversidad y programación en la televisión abierta en Uruguay*. Friedrich-Ebert-Stiftung. <http://bit.ly/2FwUxMi>
- Cabalin, C. (2014). Estudiantes conectados y movilizados: El uso de Facebook en las protestas estudiantiles en Chile [Online and Mobilized Students: The Use of Facebook in the Chilean Student Protest]. *Comunicar*, 43, 25-33. <https://doi.org/10.3916/C43-2014-02>
- Cabello, P., & Ortega, C. (2007). Las relaciones de género en los dibujos animados de la TV chilena. *Cuadernos.info*, 21(II), 34-47. <http://bit.ly/2RnYCI6>
- Cabero-Almenara, J. (2005). ¿Pero sigue existiendo la televisión en un universo global de comunicación? *Comunicar*, 25, 57-62. <https://doi.org/10.3916/C25-2005-008>
- Caffarel, C. (2005). ¿Es posible una televisión de calidad? [Is a quality television possible?] *Comunicar*, 25, 23-27. <https://doi.org/10.3916/C25-2005-003>
- Calderín, M., Bringué, X., & Sádaba C. (2011). Incidencia de las pantallas del celular, el videojuego y la tv en la dinámica de la generación interactiva venezolana. *Temas de comunicación*, 22, enero- junio, 111-134. <http://bit.ly/39WaytI>

- Camacho-Ordoñez, R. (2005). Televisión de calidad. Distinción y audiencia [Quality television: distinctiveness and audience]. *Comunicar*, 25, 29-32. <https://doi.org/10.3916/C25-2005-004>
- Camáñez-García, G. (2005). Televisión en Europa: análisis y comparativa de las principales cadenas públicas en 6 países. *Comunicar*, 25, 336-337. <https://doi.org/10.3916/C25-2005-151>
- Cámara, R. (2001). *A inserção de Programa Castelo Ra-Tim-Bum nos propósitos da TV Cultura, a partir de sua produção, estrutura e conteúdo* [Tesis de maestría, Universidad de Sao Paulo, Brasil].
- Campos-Freire. (2013). El futuro de la TV europea es híbrido, convergente y cada vez menos público. *Revista Latina de Comunicación Social*, 68, 89-118. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2013-970>
- Carlsson, U. (2011). Los jóvenes en la cultura de los medios digitales.: Las perspectivas mundial y nórdica. *Infoamerica: Iberoamerican Communication Review*, (5), 99-112. <http://bit.ly/2vX11CK>
- Casado Del Río, M.A., Guimera i Orts, J.A., & Miguel de Bustos, J.C. (2016). The impact of the cuts to regional public service broadcasters on the audiovisual industry: The Basque Country and Catalonia (2001- 2014). *Communication & Society*, (29)4, 9-27. <https://doi.org/10.15581/003.29.4.9-27>
- Casado-Salinas, J. (2005). La televisión que queremos... si realmente queremos lo que decimos. *Comunicar*, 25, 71-77. <https://doi.org/10.3916/C25-2005-010>
- Castaño, C., & Llorente M. (2006). La televisión educativa. En J. Cabero (Coord.), *Nuevas Tecnologías aplicadas a Educación*, 113-127. Mc Graw Hill.
- Castro-Lara, E. (2016). Educomunicación. Los primeros 60 años de una historia polisémica. *ReHuSo. Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales*, 1(2), 103-120. <http://bit.ly/36G0TFd>
- Center for Media Literacy (Ed.) (2003). *Conjunto de herramientas para alfabetismo en medios. Un marco de referencia para aprender y enseñar en la era mediática*. Medialit.org. <http://bit.ly/2UdCUK7>
- Center for Media Literacy (Ed.) (2009). *CML's five key questions and core concepts (q/tips) for consumers and producers*. Medialit.org. <http://bit.ly/2SdLCFI>
- Centro de Estudios de la Niñez (Ed.) (2012). *Niños, Niñas y Derechos Humanos. Nuevos Actores y Nuevas visiones. Principales resultados de la Encuesta Nacional de Derechos humanos, niños, niñas y adolescentes*. LOM.
- Cesnik, F., Toscano, G., Jucá, R., & Salinas, R. (2017). Brasil. En S. Solot (Ed.), *Mecanismos actuales de financiación de contenidos audiovisuales en Latinoamérica 3*. <http://bit.ly/35HW4tD>

- Cha, J. (2016). Television use in the 21st century: An exploration of television and social television use in a multiplatform environment. *Frist Monday*, 21(2) <http://doi.org/10.5210/fm.v21i2.6112>
- Checa, A. (2011). La batalla política y legal en Ecuador ante la creación de un sector estatal de medios informativos. *Anuario Americanista Europeo*, 9, 2221-3872, p. 39-54. <http://bit.ly/37S0Bem>
- Christiny, P., & Guzmán, C. (2014). *Estudio de Revisión Bibliográfica: Estándares de calidad en TV Infantil*. Consejo Nacional de Televisión. <http://bit.ly/2sTldDn>
- Crescenzi-Lanna, L., Valente, R., & Suárez-Gómez, R. (2019). Safe and inclusive educational apps: Digital protection from an ethical and critical perspective. [Aplicaciones educativas seguras e inclusivas: La protección digital desde una perspectiva ética y crítica]. *Comunicar*, 61, 93-102. <https://doi.org/10.3916/C61-2019-08>
- Condeza, R., & Baeza, G. (2006). Diseño de una política de medios de comunicación centrada en la protección y la promoción de los Derechos de niños, niñas y adolescentes. En *Camino al Bicentenario. Doce propuestas para Chile. Concurso de Políticas Públicas*. Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Condeza, R., De Foncuberta, M., & Gálvez, M. (2014, 14 -17 enero) *Políticas de comunicación para la infancia: de la necesidad de mapear las nuevas prácticas de la infancia con los medios* [Conferencia]. Actas del Primer Congreso Latinoamericano de Niñez y Políticas Públicas, Santiago, Chile <https://doi.org/10.34720/znt2-yv62>
- Condeza, R., Bachmann, I., & Mujica, C. (2014). El consumo de noticias de los adolescentes chilenos: Intereses, motivaciones y percepciones sobre la agenda informativa [News Consumption among Chilean Adolescents: Interest, Motivations and Perceptions on the News Agenda] *Comunicar*, 43, 55-64. <https://doi.org/10.3916/C43-2014-05>
- Consejo Nacional de Cultura y de las Artes (Ed.) (2017). *Política Nacional del campo audiovisual 2017-2022*. <http://bit.ly/3c0dd5Y>
- Consejo Nacional de la Infancia (Ed.) (2014). *Oferta programática de infancia y adolescencia: un análisis con enfoque de derechos*. Documento de trabajo N°3. <http://bit.ly/37SLtO8>
- Consejo Nacional de la Infancia (Ed.) (2015). *Política Nacional de Niñez y Adolescencia 2015-2025*. <http://bit.ly/2Rf2uvh>
- Consejo Nacional de la Infancia (Ed.) (2016). *Yo Opino 2015: ¿Qué piden los niños, niñas y adolescentes a los adultos?* *Panoramas de la niñez y adolescencia*. N° 4. <http://bit.ly/2T8aXCX>
- Consejo Nacional de la Infancia (Ed.) (2017a) Situación de los Derechos en la Niñez y Adolescencia. *Panoramas de la Niñez y Adolescencia*. N° 9. <http://bit.ly/2R4KQtJ>

- Consejo Nacional de la Infancia (Ed.) (2017b). *Memoria Yo Opino 2017*. <http://bit.ly/30dx7VW>
- Consejo Nacional de la Infancia (Ed.) (2017c). *Informe de resultados nacionales Yo opino es mi derecho 2017*. <http://bit.ly/2QG4BsN>
- Consejo Nacional de Televisión (Ed.) (2014a). *VIII Encuesta Nacional de Televisión*. <http://bit.ly/2QZqn9X>
- Consejo Nacional de Televisión (Ed.) (2014b). *Balance de Gestión Integral Año 2013*. <http://bit.ly/2NcFZpp>
- Consejo Nacional de Televisión (Ed.) (2015a). *Oferta de programación y consumo de televisión infantil en Chile*. <http://bit.ly/35CEdEt>
- Consejo Nacional de Televisión (Ed.) (2015b). *Clasificación contenidos audiovisuales infantiles. El contexto de los medios y las multiplataformas*. <http://bit.ly/2FyvOqP>
- Consejo Nacional de Televisión (Ed.) (2015c). *Regulación de contenidos audiovisuales y las OTT (Servicios Over The Top)*. <http://bit.ly/37SltRQ>
- Consejo Nacional de Televisión (Ed.) (2015d). *¿Qué ves cuando ves TV? Guía de mediación del consumo infantil de televisión para padres y tutores*. <http://bit.ly/2QDuWYn>
- Consejo Nacional de Televisión (Ed.) (2015e). *Debate: Concentración de Medios en la Industria Televisiva Chilena*. <http://bit.ly/2R6wEAu>
- Consejo Nacional de Televisión (Ed.) (2016a). *VII Foro Internacional de Medios Públicos en América Latina*. <http://bit.ly/2sRk4gF>
- Consejo Nacional de Televisión (Ed.) (2016b). *Los medios públicos, vistos por sus públicos*. <http://bit.ly/2T8EiwZ>
- Consejo Nacional de Televisión (Ed.) (2016c). *Anuario estadístico de oferta y consumo 2015*. <http://bit.ly/39UnYGa>
- Consejo Nacional de Televisión (Ed.) (2016d). *Televisión comunitaria: Legislación internacional*. <http://bit.ly/2QBNrfU>
- Consejo Nacional de Televisión (Ed.) (2017a). *Nuevas Concesiones de Televisión Digital de Libre Recepción*. [dúptico]. Santiago.
- Consejo Nacional de Televisión (Ed.) (2017b). *IX Encuesta Nacional de Televisión*. <http://bit.ly/2Pbfty0>
- Consejo Nacional de Televisión (Ed.) (2018a). *Fondo CNTV 2017. Oferta, consumo y evaluaciones*. <http://bit.ly/35AuM8p>
- Consejo Nacional de Televisión (Ed.) (2018b). *Anuario estadístico oferta y consumo de TV Abierta 2017*. <http://bit.ly/37PYQhW>

- Consejo Nacional de Televisión (Ed.) (2018c). *Resumen histórico Encuesta Nacional de Televisión*. Recuperado en <http://bit.ly/2tboazM>
- Consejo Nacional de Televisión (Ed.) (2019a). *Anuario Estadístico Oferta y Consumo de Televisión 2018*. <http://bit.ly/2PA5LDo>
- Consejo Nacional de Televisión (Ed.) (2019b). *Regulación del proceso de apagado analógico*. <http://bit.ly/39XLEt0>
- Consejo Nacional de Televisión (Ed.) (2019c). *El consumo audiovisual de los niños vistos por sus padres*. <http://bit.ly/349YUa8>
- Consejo Nacional de Televisión (Ed.) (2019d). *Fondo CNTV 2018. Oferta y Consumo*. <http://bit.ly/34laclv>
- Consejo Nacional de Televisión (Ed.) (2019e). *Correcto Funcionamiento de la TV Parte 1: Historia*. <http://bit.ly/31CtHgC>
- Consejo Nacional de Televisión (Ed.) (2019f). *Bases del llamado a concurso público para la asignación del Fondo del Consejo Nacional de Televisión 2020*. <http://bit.ly/2SXGrK4>
- Consejo Nacional de Televisión, & Maurás, M. (2014). *Derechos del Niño y Medios de Comunicación*. <http://bit.ly/36AMR7E>
- Consejo Nacional de Televisión, & Gómez, G. (2018). *Transición a la TV digital y diversidad en Latinoamérica*. <http://bit.ly/35B51on>
- Cullell, R. (2010). La televisión pública frente al desafío ¿Mantener la calidad o la audiencia? *Telos*. Julio- septiembre, 1-3. <http://bit.ly/36FFnQU>
- Davidovsky, S. (2018, 17 de mayo). Cómo funciona Cont.ar, la nueva plataforma online para ver los contenidos de los medios públicos. *Diario La Nación*. <http://bit.ly/2GK0ZjO>
- Debrett, Mary. (2009). Riding the wave: public service television in the multi-platform era. *Media, Culture & Society*, 31(5), 807-827. <https://doi.org/10.1177/0163443709339466>
- Defensoría del Público (Ed.) (2017). *Ley de servicios de comunicación audiovisual para jóvenes*. Defensoría del Público.
- Defensoría de la Niñez (Ed.) (2019). *Informe anual 2019. Derechos Humanos de Niñas, Niños y Adolescentes en Chile*. <http://bit.ly/2FyBaIV>
- De Fontcuberta, M. (2001). Comunicación y Educación. Una relación necesaria. *Cuadernos de Información*, 14, 141-147. <https://doi.org/10.7764/cdi.14.190>
- Dekker, J.J.H. (2012). Philippe Arie's discovery of childhood after fifty years: the impact of a classic study on educational research. *Oxford Review of Education*, 38(2), 133-147. <https://doi.org/10.1080/03054985.2012.655033>

- De Luca, W. (2010). Brasil. En J.M. Pérez-Tornero, & L. Vilches (Coords.), *Libro Blanco sobre la Televisión Educativa y Cultural en Iberoamérica* (pp. 53-82). Barcelona, España. Gedisa.
- Del Valle- Rojas, C., Mellado-Ruiz, C., Salinas-Meruane. P, & González-Rodríguez, G. (2011). La concentración de la propiedad de los medios de comunicación en Chile. De la propiedad al mercado de la publicidad: Los desafíos pendientes. *Sapiens. Revista Universitaria de Investigación*, 12(1), 44-58. <https://bit.ly/2xa6GKW>
- De Oliveira-Soares, I. (2009). Caminos de la educomunicación: utopías, confrontaciones, reconocimientos. *Nómadas*, 30, 194-207. <http://bit.ly/2T834vF>
- Del Río, P., Álvarez, A., & Del Río M. (2003). El efecto Pigmalión en televisión. Orientaciones y propuestas sobre la influencia de la televisión en la infancia. *Red Digital. Revista de Tecnologías de la Información y Comunicación Educativas*, 4. <http://bit.ly/2tFQCdr>
- Del Río, P., & Del Río, M. (2008) La construcción de la realidad por la infancia a través de su dieta televisiva [Reality construction by Spanish infancy across TV consumption]. *Comunicar*, 31, 99 – 108. <https://doi:10.3916/c31-2008-01-012>
- Dhoest, A., te Walvaart, M. (2018). Convergence and Participation in Children's Television. The case of Flemish Public Television. En G. Ferrel-Lowe, H. van den Bulck, & K. Donders (Eds.), *Public Service Media in the Networked Society* (pp. 245-257). <https://bit.ly/2ZT8Y94>
- Dirección de Presupuestos Gobierno de Chile (Ed.) (2016). *Balance de Gestión Integral Año 2015*. Recuperado en http://www.dipres.gob.cl/595/articles-147186_doc_pdf.pdf
- Dirección de Presupuestos Gobierno de Chile (Ed.) (2017). *Ley de presupuestos año 2017 Ministerio Secretaría General de Gobierno Consejo Nacional de Televisión*. <http://bit.ly/36Wa6cf>
- Dirección de Presupuestos Gobierno de Chile (Ed.) (2017a). *Balance de Gestión Integral Año 2016*. http://www.dipres.gob.cl/595/articles-158603_doc_pdf.pdf
- Doek, J. E. (2007). The CRC General Principles. En J. Connors, J. Zermatten, & A. Panayotidis (Eds.), *18 Candles: The Convention on the Rights of the Child Reaches Majority* (pp. 31- 38). <http://bit.ly/39U8qSB>
- Droux, J. (2017). *Introduction: History of Children's Rights in the context of Human Rights* [Class handout] Children's Rights Center, Universidad de Ginebra.
- Domínguez, T. (2010). Víctor Martínez, director alterno de Novasur: El 2010 será el año en que pondremos la Educación de Medios en la opinión pública. *Revista CNTV*, febrero, 51-53. CNTV.
- Edgar, P. (2018). *Kids: technology and the future*. Australian Scholarly. <http://bit.ly/36knWEy>

- Ercikan, K., & Roth W.M. (2007). What good is polarizing research into qualitative and quantitative? *Educational Research*, 35(5), 14-23. <https://doi.org/10.3102/0013189X035005014>
- Fabbro, G., & Sánchez-Labela Martín, I. (2016). Infancia, dibujos animados y televisión pública. La difusión de valores y contravalores en la producción española y argentina. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 7(1), 11-29. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2016.7.1.1>
- Fedorov, A. (2015). Media Education around the globe: Brief History. *Acta Didactica Napocensia*, 1(2). <http://bit.ly/3067ITn>
- Feijoo, B., & García-González, A. (2014). La programación infantil en la televisión de Galicia (TVG) ¿Quién es su audiencia? *Ámbitos*, 26, 121-130. <http://bit.ly/37Rafhl>
- Feitosa, D. (2015). *Televisão na era da convergência digital das mídias: uma reflexão sobre a comunicação* [Tesis de maestría, Universidad de São Paulo].
- Fernández, E. (2012). La programación infantil y juvenil de la televisión pública española: ¿oferta generalista o temática? El paso de La 2 a Clan TVE. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 18, 313-323. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2012.v18.40985
- Fernández, P. E. (2014). Gestión de marca e identidad en la televisión pública. Análisis de Canal Encuentro, Argentina. *Cuadernos.info*, (34), 81-92.
- Ferrés, J., Aguaded, J.I., & García Matilla, A. (2012). La competencia mediática de la ciudadanía española: dificultades y retos. *Icono* 14, 10(3), 23-42. <https://doi.org/10.7195/ri14.v10i3.201>
- Ferrés, J., Piscitelli, A. (2012). La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores [Media Competence. Articulated Proposal of Dimensions and Indicators]. *Comunicar*, 38, 75-82. <https://doi.org/10.39016/C38-2012-20-08>.
- Fisch, S. M. (2005). Children's learning from television. *TelevIZion*, 18, 10-14. <http://bit.ly/2R8q4d4>
- Francés, M. (2005). ¿Es posible la televisión educativa en la multidifusión digital? [Is it an educational television in the digital multibroadcast age possible?]. *Comunicar*, 25, <https://doi.org/10.3916/C25-2005-160>
- Francés, M. (2010). La oportunidad de los contenidos complejos. Las pantallas por las nubes. *Telos* (84), 99-101. <http://bit.ly/37O3hKb>
- Francés, M. (2014). La producción audiovisual española ante las incertidumbres del modelo mediático. En M. Francés, J. Gavalda, G. Llorca, & A. Peris (Coords.), *La televisión de la crisis ante el abismo digital* (pp. 121-159). Gedisa.
- Frontera-Sánchez, M. R., Sánchez-Jiménez, Á., Poveda-Mora, P. G., Vayas-Ruiz, E. C., Ortega-Mohedano, F. (2019). Género y descripción de los personajes en los

- dibujos infantiles emitidos en España. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, (E20), 165-177. <http://bit.ly/2QUvysO>
- Fuenzalida, V. (1998). Situación de la televisión pública en América Latina. *Diálogos de la comunicación*, 53, 89-119. <http://bit.ly/2QF1cue>
- Fuenzalida, V. (2000). La Televisión Pública en América Latina. Reforma o Privatización. Fondo de Cultura Económica.
- Fuenzalida, V. (2008). Cambios en la relación de los niños con la televisión. [Changes in the relationship between Children and TV]. *Comunicar*, 30, 49–54. <http://doi:10.3916/c30-2008-01-007>
- Fuenzalida, V. (2009). La reforma de TVN en Chile: logros y problemas. *EPTIC Revista Electrónica de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, XI(1) ene-abril. <http://bit.ly/35I5aq5>
- Fuenzalida, V. (2011). Resignificar la educación televisiva: Desde la escuela a la vida cotidiana. [A New Meaning of Educational Television: from School to Audience's Everyday Life]. *Comunicar*, 36, 15–24. <https://doi.org/10.3916/C36-2011-02-01>
- Fuenzalida, V. (2012). The Cultural Opportunity of children's television. Public Policies in Digital Television. *Communication Research Trends*, 31(3), 4-17. <http://bit.ly/2NbvJhb>
- Fuenzalida, V. (2015). Formatos Televisión Pública y Cambio Digital. Tecnología TV – Audiencias – Formatos. *Punto Cero* 20(30), 31–46. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v9i1p103-126>
- Fuenzalida, V. (2016). *La nueva televisión infantil*. (1ª Edición). Fondo de Cultura Económica.
- Fuenzalida, V. (2019). Análisis y propuestas para actualizar la misión pública de TVN. *Perspectivas de la comunicación*, 12(1), 315-339. <https://bit.ly/2UplidD>
- Fueyo-Gutiérrez, A., Rodríguez Hoyos, C., & Hoechsmann, M. (2018). Construyendo Ciudadanía Global en Tiempos de Neoliberalismo: Confluencias entre la Educación Mediática y la Alfabetización Digital. *Revista interuniversitaria de formación del profesorado*, 91, 57-68. <http://bit.ly/2R5NK1H>
- Gallardo-Camacho, J., Lavín, E., & Sierra-Sánchez, J. (2019). Los programas infantiles de televisión y su consumo en diferido en España. *Icono* 14, 18(1), 155-178. <https://doi.org/10.7195/ri14.v18i.1387>
- Gallego-Henao, A., & Gutiérrez-Suárez, D. (2015). Concepciones adultas sobre participación infantil en relación con la toma de decisiones de los niños. *Zona Próxima. Revista Del Instituto de Estudios En Educación Universidad Del Norte*, (22), 87-104. <https://doi.org/10.14482/zp.22.6078>

- Gámez, J.M. (2015). Televisión del Estado, comercial y comunitaria en Venezuela: la lucha por el poder y consumo mediático. *Revista Orinoco Pensamiento y Praxis*, 6, 22-54. <http://bit.ly/2Nrs13h>
- García-Canclini, N. (2004). Diferentes, desiguales o desconectados. *Revista CIDOB d'afers Internacionals*, 66-67, 113-133. <http://bit.ly/2S4WHKa>
- García-Matilla, A. (2005). Por una televisión para la educación en sintonía multimedia [About a television for the education in tuning multimedia]. *Comunicar*, 25, 33-44. <https://doi.org/10.3916/C25-2005-005>
- García-Ramírez, D. (2015). El modelo de televisión regional en Colombia: canales públicos bajo parámetros del mercado. *Signo y Pensamiento XXXIV*(66), 28 – 42. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp34-66.mtrc>
- García-Ruiz, R., Ramírez-García, A., & Rodríguez-Rossel, M.M. (2014). Educación en alfabetización mediática para una nueva ciudadanía prosumidora [Media literacy education for a new prosumer citizenship]. *Comunicar*, 43, 15-33. <https://doi.org/10.3916/C43-2014-01>
- García-Torre, M. (2012). Televisión de Galicia: una adaptación a los cambios de la red y a las demandas de los usuarios. *Miguel Hernández Communication Journal*, 3, 157-191. <http://bit.ly/2QGQ28u>
- Gómez-Diago, C.G. (2010). Triangulación metodológica para investigar desde la ciencia de la comunicación. *Razón y Palabra*, 15(72). <http://bit.ly/2sTUGHb>
- Gómez-Domínguez, P. (2016). Era digital y televisión autonómica: un estudio comparativo de las plataformas web, aplicaciones móviles y redes sociales de TV3 y BBC One. *Communication & Society*. 29(4), 85-106. <https://doi.org/10.15581/003.29.4.sp.85-106>
- Gómez i Oliver, V. (2005). ¿Cómo es la televisión que tenemos? *Comunicar*, 25, 45-49. <https://doi.org/10.3916/C25-2005-006>
- González, L., Novomisky, S., Suárez-Baldo, C., & Pertiné, J. (2016) Argentina Conectar Igualdad y Mi TV Digital en las escuelas secundarias públicas de La Plata. En S. Novomisky y M. Américo (Comps.), *Convergencia. Medios, tecnologías y educación en la era digital*. <http://bit.ly/2FCx7oK>
- González, L., Pauloni, S., & Codoni, M.F. (2016). De dónde viene y hacia dónde va la televisión educativa, cultural y pública en la Argentina. *Oficios Terrestres* 34, 24-36. <http://bit.ly/2N9v9Ra>
- González, L., Pauloni, S., Novomisky, S., Codoni, F., & Gómez, A. J. (2016). Perspectivas para pensar contenidos educativos infantiles. El concepto Edu-entretenimiento en la Televisión Digital Argentina [Conferencia] *Actas de Periodismo y Comunicación*, 2(1). XVIII Congreso REDCOM, La Plata, Argentina. <http://bit.ly/3aTEG90>
- Götz, M., Hofmann, O., Brosius, H-B., Carter, C., Chan, K., Donald, St. H., Fisherkeller, J., Frenette, M., Kolbjørnsen, T., Lemish, D., Lustyik, K. McMillin, D.C., Walma van der

- Molen, J.H., Pecora, N., Prinsloo, J., Pestaj, M., Ramos-Rivero, P., Meirelles-Reis, A. H., Saeys, F., Scherr, S., & Zhang, H. (2008) Gender in children's television worldwide. Results from a media analysis in 24 countries. *TelevIZion*, 21/2008/E. <http://bit.ly/36xqMql>
- Götz, M., & Schlote, E. (2009). *Different and the Same: A Few Reminders for Children's TV Producers on the Diversity of Children*. International Central Institute for Youth and Educational Television (IZI), Germany. <http://bit.ly/35FKE9Q>
- Götz, M., Hoffmann, O., Mendel, C., Lemish, D., Scherr, S., Gozansky, Y., Huang, K., Prommer, E., Russo-Johnson, C., Sanabria, E., & Whitaker, L. (2018). Whose story is being told.? Results of an analysis of children's TV in 8 countries. *TelevIZion E* 31, 61-65. <http://bit.ly/36vEdHf>
- Gozálvez, V. (2011). Educación democrática para la ciudadanía digital. *Comunicar*, 36, 131-138. <https://doi.org/10.3916/C36-2011-03-04>
- Gozálvez, V., & Contreras, Pulido, P. (2014). Empoderar a la ciudadanía mediática desde la educomunicación [Empowering Media Citizenship through Educommunication]. *Comunicar*, 42, 129-136. <https://doi.org/10.3916/C42-2014-12>
- Grebe, R. (2007). Evo Morales y los medios. *Chasqui*, 198, 10-15. <http://bit.ly/308hwHe>
- Grewenig, S. (2009). 10-point plan for quality Statement from a programme maker for public TV. *TelevIZion*, 22/2009/E, 7-9. <http://bit.ly/37VSIVv>
- Gunn-Enli, S. (2008a). Redefining Public Service Broadcasting: Multi-Platform Participation. *Convergence*, 14(1), 105-120. <https://doi.org/10.1177/135486507084422>
- Gunn-Enli, S. (2008b). *Serving the Children in Public Service Broadcasting: Exploring the TV-channel NRK SUPER* [Conferencia]. 4th International Conference RIPE, Public Service Media in the 21st Century: Participation, Partnership and Media Development, Mainz, Alemania. <http://bit.ly/2SakgBr>
- Gutiérrez-Gea, C. (2014). Televisión y calidad: Perspectivas de investigación y criterios de evaluación. *Zer: Revista de estudios de comunicación*, 9(5). <http://bit.ly/2uvbLHz>
- Gutiérrez-González, C. (2019). La relación entre los creativos independientes de la televisión pública y la audiencia infantil. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 18(35), 39-55. <https://doi.org/10.22395/angr.v18n35a3>
- Hart, R. (1993). *La Participación de los niños. De la participación simbólica a la participación auténtica*. Ensayos Innocenti N°4. UNICEF. <http://bit.ly/2tM8QKc>
- Hobbs, R. (1998). The seven great debates in the media literacy movement. *Journal of Communication*, (48)1, 16-32. <https://doi.org/10.1093/joc/48.1.16>
- Hobbs, R. (2010). *Digital and Media Literacy: A Plan of Action*. The Aspen Institute. <http://bit.ly/2RjVGO2>

- Hobbs, R. & Jensen, A. (2009). The Past, Present and Future of Media Literacy Education. Hobbs, *Journal of media literacy education*, 1(1), 1. <http://bit.ly/3bhOHnk>
- Hobsbawm, E. (2013). Un tiempo de rupturas. Sociedad y cultura en el siglo XXI. Planeta.
- Home, A. (1995). *The Children's Television Charter*. <http://www.wsmcf.com/charters/charter.htm>
- Horsti, K., Hultén, G. (2011). Directing diversity. Managing cultural diversity media policies in Finnish and Swedish public service broadcasting. *International Journal of Cultural Studies*, 14(2). <https://doi.org/10.11/1367877910382180>
- Huergo, J. (2000). *Comunicación/Educación: itinerarios transversales*. Coordinadas, abordajes y travesías. Bogotá, Colombia: Siglo del Hombre. <http://bit.ly/36EKrVr>
- Huergo, J. (2007). *Los medios y tecnologías en educación*. <http://bit.ly/37QJtp>
- Instituto Nacional de Estadísticas (Ed.) (2014). *Proyecciones de población 2002-2020*. <http://bit.ly/37SONlW>
- Jenkins, H., Clinton, K., Purushotma, R., Robinson, A. J. & Weigel, M. (2009). Confronting the challenges of participatory culture. Media Education for the 21 century. <https://doi.org/10.7551/mitpress/8435.001.0001>
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J., (2013). Cultura transmedia. La creación de contenido y valor en una cultura en red. Gedisa.
- Kawasaki, C. (1994). *Making of Castelo Rá- Tim. Bum* [tesis de maestría, Universidad de São Paulo].
- Kellner, D., & Share, J. (2007). Critical media literacy is not an option. *Learning Inquiry*, 1(1), 59-69. <https://doi.org/10.1007/s11519-007-0004-2>
- Kodaira, S. (2005). *Children's Television: Trends Around the World*. <http://bit.ly/2FBm7bf>
- Kodaira, S. (2005a). Where does educational TV go? 45 years of educational television in Japan. *Televizlon*, 18/2005/E. <http://bit.ly/2tlbYa4>
- Labate, C., & Carboni, O. (2014). Hacia la producción audiovisual de contenidos para la TDT en Argentina. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 9(16), 108- 117. <http://bit.ly/2Nb2lIO>
- Lafaurie, A. (2011). Interactividad en contenidos multiplataforma (TDT e internet) dirigidos a audiencias infantiles: un análisis a partir de casos de TVE y TVC. *Comunicació: Revista de Recerca i d'Anàlisi*, 28(2), 149-170. <https://doi.org/10.2436/20.3008.01.89>
- Lansdown, G. (2001) Promoting children's participation in democratic decision-making. UNICEF. <http://bit.ly/39WrS1l>
- Lansdown, G. (2017). *Participation Children's Rights*. [Class handout] Children's Rights Center, Universidad de Ginebra, Ginebra, Suiza.

- Lanza, E. (2014). Estándares de Libertad de Expresión para la transición a una televisión digital abierta, diversa, plural e inclusiva. Informe temático contenido en E. Lanza *Informe Anual 2014 de la Relatoría especial para la Libertad de Expresión* de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos. <http://bit.ly/3a4ZSsq>
- Leal-Filho, L. (2007, 13-16 de junio). *A televisão pública brasileira, um vazão histórico* [presentación] XVI Encontro da Compôs, Curitiba. <http://bit.ly/2sRumxj>
- Livingstone, S. (2004). What is media literacy? *Intermedia*, 32(3), 18-20. <http://bit.ly/2RpkILP>
- Livingstone, S. (2020). *Realizing children's rights in relation to the digital environment*. London School of Economics. European Review. <https://bit.ly/3agxmUf>
- Livingstone, S., & Haddon, L. (2009). *EU Kids Online*. London, England: London School of Economics and Political Science (LSE). <http://bit.ly/35FN08G>
- Livingstone, S., & Local, C. (2017). Measure matters: difficulties in defining and measuring children's television viewing in a changing media landscape. *Media International Australia*, 163(1), 67-76. <https://doi.org/10.1177/1329878X17693932>
- Livingstone, S., & O'Neill, B. (2014). Children's Rights Online: Challenges, Dilemmas and Emerging Directions. In S. Van der Hof, B. Van den Berg, & B. Schermer (Eds.), *Minding Minors Wandering the Web: Regulating Online Child Safety* 24 (pp. 20-38). The Hague: T.M.C. Asser Press. <http://bit.ly/3b2lohK>
- Livingstone, S., Stoilova, M., & Nandagiri, R. (2019). *Children's data and privacy online. Growing up in a digital age. An evidence review*. London School of Economics. <http://bit.ly/2ZKuHO5>
- Liwski, N. (2007). The 18th Anniversary of the adoption of the Convention on the Rights of the Child. En J. Connors, J. Zermatten, & A. Panayotidis (Eds.), *18 Candles: The Convention on the Rights of the Child Reaches Majority* (pp. 69-79). <http://bit.ly/39U8qSB>
- Liwski, N. (2012). *Los niños, niñas y adolescentes: nuevos actores sociales en el entramado mediático. Ley Nacional de Servicios de Comunicación Audiovisual*. Observatorio Social Legislativo. Presidencia de la Cámara de Diputados de la Provincia de Buenos Aires, Argentina.
- López-Noguero, F. (2002). El análisis de contenido como método de investigación. *XXI Revista de Educación*, 4, 167-179. <http://bit.ly/37VoK3Z>
- Loyola, L. (2011). *Televisión digital al alcance de todos. Una introducción simple al estándar japonés ISDB-t y a las telecomunicaciones modernas*. Bubok Publishing. <http://bit.ly/2R6HZ3w>
- Lozano-Oyola, M., & Romero-Landa, L.B. (2006). *Proyecto de Investigación: Calidad de contenidos audiovisuales infantiles: Informe relativo al marco teórico y el estado*

de la cuestión sobre experiencias de certificación (CALCONIF) [informe]. Universidad de Alicante.

- Lúcio-Valente, J. (2009). *TV pública no Brasil: a criação da TV Brasil e sua inserção no modo de regulação setorial da televisão brasileira* [tesis de maestría, Universidad de Brasília]. <http://bit.ly/2tNFZWc>
- Maniago, V. (2013). TV Educativa argentina y políticas públicas del audiovisual. *Razón y palabra*, (82) Marzo – Mayo. <http://bit.ly/35FTXGJ>
- Marín, A.M. (2006). Televisión pública en Colombia: del monopolio estatal a la descentralización. En I. Banerjee, & K. Seneviratne, K. (Eds.). *Radiotelevisión De Servicio Público: Un Manual De Mejores Prácticas* (pp. 95- 118). UNESCO. <http://bit.ly/35DEFST>
- Marino, S. (2012). Virtudes y Dilemas de las Políticas de Comunicación del Sector Audiovisual (TV y Cine) en la Argentina de la LSCA. *EPTIC*, XVI(3) sept-dic. <http://bit.ly/2uB2FJx>
- Marino, S. (2017) La regulación del Espacio Audiovisual Ampliado en Argentina. *Fibra, Revista de Tecnologías de la Comunicación*, 14. <http://bit.ly/2FxdvLY>
- Marino, S., Mastrini, G., & Becerra, M. (2010). El proceso de regulación democrática de la comunicación en Argentina. *Oficios terrestres Año XVI*, (25), 11-24. <http://bit.ly/39TcKBH>
- Martens, H., & Hobbs, R. (2015). How Media Literacy Supports Civic Engagement in a Digital Age. *Atlantic Journal of Communication*, 23(2), 120-137. <https://doi.org/10.1080/15456870.2014.961636>
- Martin-Barbero, J. (1999). Los descentramientos del arte y la comunicación. En C. Ossa (Comp.) *La pantalla delirante. Los nuevos escenarios de la comunicación en Chile* (pp. 85-100). Universidad Arcis.
- Martínez, V. (2004). El proyecto Novasur y su modelo operativo. En V. Martínez, & M. Souza (Eds.), *Televisión y educación en tiempos de globalización y convergencia tecnológica* (pp. 121-127). Consejo Nacional de Televisión.
- Martínez, V., & Souza, M. (Eds.), (2004). *Televisión y educación en tiempos de globalización y convergencia tecnológica* (pp. 121-127). Consejo Nacional de Televisión.
- Martínez-Zarandona, I. (1996). La televisión infantil en México. Aproximaciones al lenguaje audiovisual. *Tecnología y Comunicación Educativas*, (24), 29-36. <http://bit.ly/2TcQDjJ>
- Marzal-Felici, J., & Zallo-Elzegabal, R. (2016). Presentación: las televisiones públicas de proximidad ante los retos de la sociedad digital. *Communication & Society*, 29(4), 1-7. <https://doi.org/10.15581/003.29.4.sp.1-7>

- Mastrini, G., Becerra, M., Bizberge, A., & Krakowiak, F. (2012) El Estado como protagonista del desarrollo de la TDT en Argentina. *Cuadernos de información*, 31. <https://doi.org/10.7766/cdi31.455>
- Mastrini, G. N., & Becerra, M. (2011). Structure, Concentration and Changes of the Media System in the Southern Cone of Latin America [Estructura, concentración y transformaciones en los medios del Cono Sur latino-americano]. *Comunicar*, 36, 51–59. <https://doi.org/10.3916/C36-2011-02-05>
- Mastrini, G. & Becerra, M. (2019). La convergencia de medios, telecomunicaciones e internet en la perspectiva de la competencia: hacia un enfoque multicompreensivo. *Cuadernos de Discusión de Comunicación e Información*. UNESCO. <http://bit.ly/36AnLG1>
- Mata, M.C. (2006). Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico-políticos de su articulación. *Fronteiras-Estudos Midiáticos*, VIII(1), 5-15. <http://bit.ly/37VS8qv>
- Mateos-Pérez, J. (2012). La programación infantil y juvenil en el cambio de ciclo televisivo español. *Palabra Clave*, (15), 524–548. <http://doi.org/10.5294/pacla.2012.15.3.7>
- Mayorga, A. del Valle-Rojas, C., & Nitrihual-Valdebenito, L. (2010). Concentración de la propiedad de los medios de comunicación en Chile. La compleja relación entre oligopolio y democracia. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 9(17), 131-14. <https://bit.ly/2Wsl3LT>
- Mazziotti, N., Bueno, C., Fuentes, S., Gatti, R. Paladino M., & Villafañe L. (2010) Argentina. En J.M. Pérez-Tornero, & L. Vilches (Coords.), *Libro Blanco sobre la Televisión Educativa y Cultural en Iberoamérica* (pp. 33-52). Gedisa.
- Mazzone, G. (2014). La misión del servicio público de radiotelevisión. En Francés, M., Gavalda J. Llorca, G. & A. Peris (Coords.), *La televisión de la crisis ante el abismo digital* (pp. 31- 45). Gedisa.
- Mediatelecom Policy & Law (2013). *Televisión Digital en América Latina*. <http://bit.ly/37X7prs>
- Medina, M., y Ojer, T. (2011). La transformación de las televisiones públicas en servicios digitales en la BBC y RTVE [The Transformation of Public TV Companies into Digital Services at the BBC and RTVE]. *Comunicar*, 36, 87–94. <https://doi.org/10.3916/C36-2011-02-09>
- Mella, O. (2003). *Metodología Cualitativa en Ciencias Sociales y Educación*. Primus.
- Mier, C., & Coronel, G. (2016) La televisión pública en Ecuador y su programación. En D. Porto, M. Américo, A. F. Magnoni, & F. Irigaray (Orgs.), *O audiovisual contemporâneo: Mercado, educação e novas telas* (pp. 706-718). Editorial de la Universidad Nacional de Rosario. <http://bit.ly/39SUZCJ>
- Ministerio de Desarrollo Social (Ed.) (2013). *CASEN 2013. Una Medición de la Pobreza Moderna y Transparente para Chile*. <http://bit.ly/2uwU4r7>

- Ministerio de Desarrollo Social (Ed.) (2015). *Educación. Síntesis de resultados. Encuesta Nacional de Caracterización Económica, CASEN*. <http://bit.ly/2TetwFt>
- Ministerio de Desarrollo Social (Ed.) (2016a). *Ampliando la mirada sobre la pobreza y la desigualdad*. <http://bit.ly/2t7kfEt>
- Ministerio de Desarrollo Social (Ed.) (2016b). *Situación de la Pobreza en Chile*. <http://bit.ly/2NeBDxX>
- Ministerio de Desarrollo Social (Ed.) (2017). Hogares y bienestar: Análisis y cambios en la estructura de los hogares (1990 – 2015). *Panorama Casen*. Informe N°5. <http://bit.ly/37XA9Ah>
- Ministerio de Desarrollo Social (Ed.) (2018). *Situación de pobreza. Síntesis de resultados Casen 2017*. <http://bit.ly/36lpE3l>
- Ministerio de Desarrollo Social, Ministerio del Trabajo y Previsión Social & OIT (Ed.) (2012). *Encuesta EANNA*. Santiago, Chile. <http://bit.ly/2GK4tTc>
- Ministerio de Educación (Ed.) (2012). Primer Censo de Informática Educativa: radiografía TIC de los establecimientos educacionales del país. *Notas para Educación*, 10. Enero. <http://bit.ly/36Jnfp0>
- Ministerio de Educación (Ed.) (2015). Análisis de indicadores educativos de Chile y la OCDE en el contexto de la reforma educacional. *Serie Evidencias*, 31. <http://bit.ly/2R7iuPN>
- Ministerio de Educación (Ed.) (2016). *Education at a Glance*. <http://bit.ly/2t7l1Bn>
- Ministerio de Educación y Consejo Nacional De La Cultura y de Las Artes (Ed.) (2016). *Orientaciones Editoriales y Programáticas Canal Público Cultural Educativo*. Documento de trabajo. <http://bit.ly/2TamQbt>
- Ministerio del Interior (1970, 04 de octubre). *Ley 17.377. Televisión chilena* [derogada]. <http://bit.ly/2OiFF95>
- Ministerio del Interior (1989, 30 de septiembre). *Ley 18.838. Crea el Consejo Nacional de Televisión*. <http://bit.ly/2u7NsZl>
- Ministerio Secretaría General de Gobierno (1992, 08 de abril). *Ley 19.132. Crea empresa Televisión Nacional de Chile*. <http://bit.ly/2OfdcRq>
- Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones (2014, 29 de mayo). *Ley 20.750. Permite la introducción de la televisión digital terrestre*. <http://bit.ly/2u9Ejqf>
- Mikos, L. (2009). Quality is a matter of perspective. Thoughts on how to define quality in children's television. *TelevIZion*, 22/2009/E, 22-24. <http://bit.ly/2sfXMVw>
- Mistral, G. (1979). *Magisterio y Niño. Selección de prosas*. Santiago, Chile: Editorial Andrés Bello. <http://bit.ly/2t80XPg>

- Moody, Z. (2014) The transnational treaties on Children's rights: Norm building and circulation in the twentieth century. *Pedaegogica Historica*, 50(1-2), 151- 164. <http://doi.org/10.1080/00309230.2013.872682>
- Moody, Z. (2015) The United Nations Declaration of the Rights of the Child (1959): Genesis, transformation and dissemination of a treaty (re)constructing a transnational cause. *Quarterly Review of Comparative Education*, 45(1), 15-29. <http://bit.ly/2sbSASp>
- Montt, B., & Villarrubia, A. (2005). Novasur, Televisión Educativa de Chile. *RIED, Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 8 (1 y 2), 209-232. <http://doi.org/10.5944/ried.1.8.1064>
- Morales, F. (2010). Perú. En J.M. Pérez-Tornero, & L. Vilches (Coords.), *Libro Blanco sobre la Televisión Educativa y Cultural en Iberoamérica* (pp. 205- 224). Gedisa.
- Mosquera, M.E., Torres, P., Peinado A.T., & Russian, J. (2010). Venezuela. En J.M. Pérez-Tornero, & L. Vilches (Coords.), *Libro Blanco sobre la Televisión Educativa y Cultural en Iberoamérica* (pp. 285-311). Gedisa.
- Muir, D. (2005). *Violence against children in Cyberspace*. Bangkok, Tailandia: ECPAT. <http://bit.ly/2Nfntg3>
- Munizaga, G. (1999). Escenas mediáticas de la democracia. En C. Ossa (Comp.), *La pantalla delirante. Los nuevos escenarios de la comunicación en Chile* (pp. 9-22). Santiago, Chile. Universidad Arcis.
- Murolo, L.N. (2009). Nuevas pantallas frente al concepto de televisión. Un recorrido por usos y formatos. *Razón y Palabra*, 14. <http://bit.ly/307Bj9J>
- Murolo, L. N. (2013). La asombrosa excursión de Zamba. Un viaje animado por la historia de la televisión argentina. *Chasqui*, 122, 89-96. <http://bit.ly/2SlpadD>
- Neuss, N. (2009). Tackling the themes of children. Achieving quality by picking up children's developmental tasks. *Televizlon*, 22/2009/E, 13-16. <http://bit.ly/306KtTC>
- Nemirovisci, O. (2013). TV Digital, un nuevo modelo cultural. En S. Pauloni (Ed.), *TV Digital un diálogo entre disciplinas y multipantallas* (pp. 13- 32). <http://bit.ly/2QEKyLm>
- Nunes, R. (2007). *E-public: ¿realidad o espejismo en el Servicio Público de Radio y Televisión en Portugal?* En La ética y el derecho de la información en los tiempos del postperiodismo (pp. 439-464). Fundación COSO de la Comunidad Valenciana para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad. <http://bit.ly/2RXwxcf>
- Observatorio Niñez y Adolescencia De Chile (Ed.) (2014). *Infancia Cuenta en Chile: Segundo Informe*. <http://bit.ly/2ThFIWd>

- Orozco, G., & Hernández, F. (2006). Usos Públicos de la Televisión en México. En I. Banerjee, & K. Seneviratne (Eds.), *Radiotelevisión De Servicio Público: Un Manual De Mejores Prácticas* (pp. 42-72). UNESCO. <http://bit.ly/35DEFST>
- Orozco, G., Navarro, E., & García-Matilla, A. (2012). Desafíos educativos en tiempos de auto-comunicación masiva: la interlocución de las audiencias. [Educational Challenges in Times of Mass Self-Communication: A Dialogue among Audiences]. *Comunicar*, 38, 67-74. <http://doi.org/10.3916/c38-2011-02-07>
- Ortiz, M. A, Ruiz, J. A., & Díaz, E. (2013). Las televisiones y la investigación en infancia y televisión [TV broadcasters and research on TV and children]. *Comunicar*, 40, 137–144. <http://bit.ly/2QGP3K>
- Paéz-Treviño, A. (2016). Distribución online. Televisiones convergentes, intereses divergentes. En S. Marino (Coord.), *El audiovisual ampliado* (pp. 91-112). Ediciones Universidad del Salvador.
- Palitó-Santos, T., & do Socorro, M. (2016). *La televisión en Brasil: de las redes privadas a la implantación de la televisión pública, La TV Brasil* [Tesis doctoral, Universidad de Salamanca]. <http://bit.ly/2S5nIBC>
- Pauloni, S., Codoni, M. F., & García-Germanier, F. (2014). TV digital terrestre en Argentina: entre lo técnico y lo político. *Anuario de investigaciones*, 2013. <http://bit.ly/37S438Y>
- Pauloni, S., Codoni, M. F., Noske, E., & Gómez, A. (2015). Procesos integrados en la televisión digital pública. *Anuario de investigaciones*, 11(1), 141-154. <http://bit.ly/2T8fHZf>
- Paz-Rebollo, A., & Martínez Valerio, L. (2013). Nuevos programas para nuevas realidades: la programación infantil y juvenil en TVE (1969 – 1975). *Journal of Spanish Cultural Studies*, 14(3), 291-306. <http://doi.org/10.1080/14636204.2013.888270>
- Paz-Rebollo, A., & Martínez Valerio, L. (2014). La primera conformación de una audiencia infantil y juvenil para la televisión en España (1958-1968). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20(Núm. especial), 43-58. <http://doi.org/10.5209/revESMP.2014.v20.45090>
- Paz-Rebollo, M.A., & Mateos-Pérez, J. (2016). The impact of Political Transition (1976-1982) on Spanish television for Children and Young People. *Television & New Media*, 17(4), 308-323. <http://doi.org/10.1177/1527476415610005>
- Paz-Rebollo, M.A., & Montero Díaz, J. (2017). La programación juvenil de Televisión Española (1982-1989): Una oportunidad perdida. *Journal of Spanish Cultural Studies*, 18(1), 21-36. <http://doi.org/10.1080/14636204.2016.1274499>
- Palacio, M. (2007). La televisión pública española (TVE) en la era de José Luis Rodríguez Zapatero. *Journal of Spanish Cultural Studies*, 8(1), 71-83. <http://doi.org/10.1080/14636200601148843>

- Pereira, J. J. Filho. (2015). *A empresa Brasil de Comunicação (EBC) e o desafio da participação cidadã. Estúdio sobre o Conselho Curador (2007- 2011)* [Tesis de maestría, Universidad de Sao Paulo].
- Pérez de Silva, J. (2000). La televisión ha muerto. La nueva producción audiovisual en la era de internet: La tercera revolución industrial. Gedisa.
- Pérez-Rodríguez, M. A., Pérez- Escoda, A., & Sánchez- López, I. (2019). De lo audiovisual a lo transmedia. Competencias para las nuevas narrativas de los prosumidores en el ecosistema digital. En L.M., Romero-Rodríguez, D. Rivera-Rogel (Coords), *La comunicación en el escenario digital: Actualidad, retos y perspectivas* (pp. 119-146). Pearson Educación de Perú.
- Pérez-Tornero, J.M. (2004). *TV educativo-cultural en España. Bases para un cambio de modelo*. Documento de trabajo. <http://bit.ly/2N8FJYz>
- Pérez-Tornero, J. M. (2005). El futuro de la sociedad digital y los nuevos valores de la educación de medios. [The Future of the Digital Society and Values in Media Education]. *Comunicar*, 25, 247–258. <https://doi.org/10.3916/C25-2005-035>
- Pérez-Tornero, J.M. (2012). Un nuevo horizonte para la educación en medios. *Sphera Pública*, 12, 5-17. <http://bit.ly/2QDWbSL>
- Pérez-Tornero, J.M., & Baena, G. (2010). España. En J.M. Pérez Tornero, & L. Vilches (Coords.), *Libro Blanco sobre la Televisión Educativa y Cultural en Iberoamérica* (pp. 141-160). Gedisa.
- Pérez-Tornero, J.M., & Alfonso, A. (1998). *Hacia un Sistema de Radiodifusión de Servicio Público*. PNUD y UNESCO.
- Phillipi, A., & Avendaño, C. (2011). Empoderamiento comunicacional competencias narrativas de los sujetos [Communicative Empowerment: Narrative Skills of the Subjects]. *Comunicar*, 36, 61–68. <http://doi.org/10.3916/C36-2011-02-06>
- Plant, I. (05/06/2016). Entrevista a Alicia Hidalgo, Directora Ejecutiva: Yo sé que US\$70 millones suenan como una cifra enorme, pero hacer televisión es caro. *Diario La Tercera*. <http://bit.ly/36UZIGr>
- PNUD (Ed.) (2017). *Desiguales. Orígenes, cambios y desafíos de la brecha social en Chile*. <http://bit.ly/2R25wCY>
- Portales, D. (2007). Luces y sombras de la televisión chilena de los años 80 (1978-1987). En F. Acuña, S. Gutiérrez, A. Puentes (Eds.), *Los primeros 50 años de televisión chilena*. (pp. 144 – 183). Printer.
- Prado, E. (2010). Contenidos y servicios para la televisión digital. *Telos*, 84, 47-51. <http://bit.ly/35DdNIN>
- Prado, E. (2015). La impensabilidad de la televisión pública en el universo convergente. En J. Marzal, J. Izquierdo, & A. Casero (Eds.), *La crisis de la televisión pública. El*

caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza (pp. 39-60). Universitat Autònoma de Barcelona.

- Prado, E., & Fernández, D. (2006). The Role of Public Service Broadcasters in the Era of Convergence. A Case Study of Televisió de Catalunya. *Communications & Strategies*, 62, 49–69. <http://doi.org/10.5897/JAERD12.088>
- Prado, E., & Delgado, M. (2010). La televisión generalista en la era digital. Tendencias internacionales de programación. *Telos*, 84, 52-72. <http://bit.ly/37Xn5Lh>
- Prix Jeunesse Iberoamericano (2017). Programas ganadores Prix Jeunesse Iberoamericano 2017, por edad y género [Tabla]. Recuperado en <http://comkids.com.br/es/sairam-os-finalistas-do-festival-comkids-prix-jeunesse-iberoamericano-2017/>
- Prix Jeunesse Internacional. (2018a). *Criterios de calidad Festival Internacional Prix Jeunesse* [Tabla]. Recuperado en <https://www.prixjeunesse.de/index.php/criteria>
- Prix Jeunesse Internacional. (2018b). *Programas latinoamericanos Finalistas Prix Jeunesse Internacional 2018, por categoría* [Tabla]. Recuperado <https://www.prixjeunesse.de/index.php/festival-2018/finalists>
- Pujadas, E. (2011). *La televisión de calidad*. Contenidos y debates, 24. Universitat de València.
- Pujadas, E., & Oliva, M. (2007). La evaluación de la diversidad de la programación televisiva. *Quaderns del CAC*, (28), 85-97. <http://bit.ly/2Flun9j>
- Pulvirenti, O. (2017). En S. Solot (Ed.), *Mecanismos actuales de financiación de contenidos audiovisuales en Latinoamérica* (3ª Edición). Centro Latino-Americano de Treinamento e Assessoria Audiovisual. <http://bit.ly/35HW4tD>
- Ramírez -Cáceres, J. D. (2009). La concentración de la propiedad radial en Chile: las exigencias de nuevos paradigmas entre globalidad y localidad. *Redes.com: revista de estudios para el desarrollo social de la Comunicación*, (5), 309-328. <https://bit.ly/3ab7wB1>
- Ramiro, J. (2016). Los Derechos de los niños en las políticas españolas para la infancia. UNED. *Revista de Derecho Político*, 95, 117–146. <http://doi.org/10.5944/rdp.95.2016.16234>
- Ramos, I. (2013). Trayectorias de democratización y desdemocratización de la comunicación en Ecuador. *Icono. Revista de ciencias sociales*, 45. 67-82. <http://doi.org/10.17141/iconos.46.2013.133>
- Reig, R., & Mancinas Chávez, R. (2010). Dibujos animados: estereotipos de género. *Chasqui*, 111, 79-83. <http://bit.ly/2QWhlpL>
- Reyes, P. (2020, 13 de abril). La TV local se une para lanzar inédito canal infantil por la cuarentena. *Diario La Tercera*. <https://bit.ly/2ziVXKD>

- Rodríguez-Miranda, C. (2012). Política y políticas para la TDT en Argentina y Chile: ¿ruptura del statu quo? *Cuadernos de información*, 31, 79-88. <http://doi.org/10.7764/cdi.31.448>
- Rodríguez, O. R. (2011). Nuevas narrativas televisivas: Relajar, entretener, contar, ciudadanizar, experimentar [New Television Narratives: Entertainment, Telling, Citizenship, Experimental]. *Comunicar*, 36, 43-50. <http://doi.org/10.3916/C36-2011-02-04>
- Rolle, C. (2007). De Televisión Nacional a la televisión nacional (1969-1978). En F. Acuña, S. Gutiérrez, A. Puentes (Eds.), *Los primeros 50 años de televisión chilena* (pp. 72-141). Printer.
- Rubin, H. J., & Rubin, I.S. (2012). *Qualitative Interviewing: The Art of Hearing Data*. Sage Publications.
- Ruggiero, R. (2017) *Main content of CRC and The Related States Obligations* [Class Handout] Children's Rights Center, Universidad de Ginebra, Ginebra, Suiza.
- Rydin, I., & Sjoberg, U. (2010). From Viewieng to Participatory Cultures. En U. Carlsson (Ed.), *Children and youth in the digital media culture* (pp. 87-101). <http://bit.ly/39BeEGT>
- Sabés-Turmo, F. (2006). El fracaso de las plataformas de TV digital terrestre en España, Gran Bretaña y Portugal. La indefinición del sector en el país luso. *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, 11(21), 35-47. <http://bit.ly/2shp1iw>
- Sáez-Baeza, C. (2014). *TV Digital en Chile. Políticas Públicas y Democracia*. Editorial Universitaria.
- Sáez-Baeza, C. (2013). Políticas públicas de comunicación y participación ciudadana: el caso de la televisión digital en Chile. *Signo y Pensamiento*, 32(63), 34 - 51. <http://bit.ly/39TG4YO>
- Sáez-Baeza, C. (2012). *Televisiones comunitarias chilenas ante el desafío de la TV Digital*. CNTV. <http://bit.ly/2R2Ejjs>
- Sáez-Baeza, C., & Santander, P. (2016). *Chile. Regulación y Políticas Públicas para la TV digital*. OBSERVACOM. <http://bit.ly/36IIAQT>
- Safar, E., & Pasquali, A. (2006). La radiodifusión pública en Venezuela. En I. Banerjee, & K. Seneviratne (Eds.), *Radiotelevisión De Servicio Público: Un Manual De Mejores Prácticas* (pp. 73-95). UNESCO. <http://bit.ly/35DEFST>
- Salviolo, C. (2012). La experiencia de Pakapaka. En E. Duro (Ed.), *Crece Juntos para la primera infancia* (pp. 120-124). UNICEF. <https://uni.cf/396J02Z>
- Samudio, M., Maruri, M., & Real, L. (2015). *Imágenes de la diversidad. El caso de Educa y la televisión pública ecuatoriana como constructoras de identidad nacional* [Conferencia]. CIESPAL, Quito, Ecuador. <http://bit.ly/2uiqkP7>

- Sánchez-Carrero, J., & Martínez-López, E. A. (2011). La cara positiva de la TV infantil online: casos Teleclip y Pakapaka. En J. Sierra-Sánchez, & S. Liberal-Ormaedrea (Coords.), *Investigaciones educacionales en la sociedad multipantalla* (pp 191-210). <http://bit.ly/2udWU4R>
- Sánchez-Carrero, J., & Méndiz-Rojas, H. (2013). La alfabetización mediática en la televisión infantil online: programas del Canal Pakapaka. *Chasqui*, 124, 55-62. <http://doi.org/10.16921/chasqui.v0i124.19>
- Sánchez-Labela Martín, I. (2015). New entertainment management. Migración de los contenidos infantiles en España: de la televisión a internet. *ComHumanitas*, 6(1), 97-111. <http://bit.ly/2lct588>
- Sánchez-Labela Martín, I. (2016) La calidad de los dibujos animados en internet. Clan RTVE, Neox Kidz y Boing: Plataformas de entretenimiento para el público infantil. *Index Comunicación*, 6(2), p.173-190. <http://bit.ly/37RRKJD>
- Sánchez-Labela Martín, I., & Guarinos, V. (2011). *El compromiso de la televisión pública española por una e-programación infantil de calidad: el portal Clan como una web edu-interactiva* [Conferencia]. Actas II Congreso Internacional Sociedad Digital: espacios para la interactividad y la inmersión. <https://bit.ly/3bakrDR>
- Sandoval-Romero, Y. (2016). *Televisión infantil en Colombia. Caracterización desde los canales públicos, la audiencia y su programación* [Tesis doctoral, Universidad de Huelva]. <http://bit.ly/2YGqwCz>
- Santander, P. (2014). Nuevas leyes de medios en Sudamérica: enfrentando políticamente la concentración mediática. *Convergencia*, 21(66), 13-37. <http://bit.ly/2FDsj2y>
- Santos-Pais, M. (2007). The Challenges of the implementation of CRC. En J. Connors, J. Zermatten, & A. Panayotidis (Eds.), *18 Candles: The Convention on the Rights of the Child Reaches Majority* (pp. 101-111). <http://bit.ly/39U8qSB>
- Scolari, C. A. (2008). *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Gedisa.
- Scolari, C. A. (2010). Convergencia, medios y educación. *Convergencia de medios: nuevos desafíos para la educación en Latinoamérica*. Seminario Internacional. RELPE, Asunción, Paraguay; Buenos Aires, Argentina. Recuperado en: https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/27098/Scolari_RELPE_Conv.pdf?sequence=1
- Scolari, C., Masanet, M. J., & Lugo, N. (2019). Educación transmedia. De los contenidos generados por los usuarios a los contenidos generados por los estudiantes. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 116-132. <http://doi.104185/RLCS-2019-1324>
- Smahel, D., Machackova, H., Mascheroni, G., Dedkova, L., Starksrud, E., Ólafsson, K., Livingstone, S., & Hasebrink, U. (2020). *EU Kids Online: Survey from 19 countries*. <http://doi.org/10.21953lse,49fdeqj01ofo>

- Smerling, T. (2015). La otra pantalla: educación, cultura y televisión 2005-2015. Una década de Canal Encuentro, Pakapaka y las nuevas señales educativas. Educ.ar. <http://bit.ly/2QZokTe>
- Smerling, T. (2018, 29 de septiembre). Pakapaka, una señal educativa cada vez más chica. *Diario La Capital*. <http://bit.ly/3badG5b>
- Sobral, F. A. (2012). Televisão em Contexto Português: uma abordagem histórica e prospetiva. *Millenium*, 42, janeiro- junho, 143-159. <http://bit.ly/2QZoAla>
- Solot, S. (2017) (Ed.) *Mecanismos actuales de financiación de contenidos audiovisuales en Latinoamérica 3 [Current Mechanisms For Financing Audiovisual Content In Latin America 3]*. Latin American Training, Río de Janeiro. <http://bit.ly/35HW4tD>
- Sousa, H., & Santos, L. A. (2003) RTP e Serviço Público, Um Percurso de inultrapassável dependência e contradição. En M. Pinto, et. al. *A Televisão e a Cidadania, Contributos para o debate sobre o Serviço Público*, Braga, Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade do Minho.
- Souza, M., & Suit, S. (2004). La Televisión Educativa. En V. Martínez, & M. Souza (Eds.), *Televisión y educación en tiempos de globalización y convergencia tecnológica* (pp. 13-20). Consejo Nacional de Televisión.
- Souza, M., Montenegro, S., Oyanedel, R., García, M., & Del Carril, J. (2010). Chile. En J.M. Pérez Tornero, & L. Vilches (Coords.), *Libro Blanco sobre la Televisión Educativa y Cultural en Iberoamérica* (pp. 83-120). Gedisa.
- Steeners, J. (2009). The thin line between market and quality Balancing quality and commerce in preschool television. *TelevIZion*, 22/2009/E, 53-56. <http://bit.ly/305PTyo>
- Steeners, J. (2016). Production studies, transformations in children's television and the global turn. *Journal of Children and Media*, 10(1), 123-131. <https://doi.org/10.1080/17482798.2015.1121893>
- Steeners, J. (2017). (2017). Public Service Broadcasting, Children's Television and Market Failure: The Case of the United Kingdom. *International Journal on Media Management*, 19(4), 298-314. <https://doi.org/10.1080/14241277.2017.1402182>
- Stoecklin, D. (2017). *Introduction. Children's Rights to Participation*. [Class Handout] Children's Rights Center, Universidad de Ginebra, Ginebra, Suiza.
- Stoecklin, D., & Bonvin J.M. (2014). *Children's Rights and de the Capability Approach. Challenges and Prospects*. Springer.
- Subsecretaría de Telecomunicaciones, Subtel. (2017). *IX Encuesta de Acceso y Usos de Internet- Informe Final*. <http://bit.ly/37Xw6Ea>
- Suing, A. (2015). La televisión social en los países andinos. Análisis de los medios sociales informativos y magazines. *Question*, 1(48). <http://bit.ly/35FXC7l>

- Suing, A., González, V., & Ortiz, C. (2016). Contexto de la recepción infantil y juvenil del programa Educa TV en el sur de Ecuador. *Questión*, 1(49) enero-marzo, (397-414). <http://bit.ly/37Uk2Dr>
- Suing, A., González, V., & Aguaded, I. (2015). Géneros y formatos para la televisión digital. Análisis en los países andinos. *Anagramas*, 14(27), 29-48. <http://doi.org/10.22395/angr.v14n27a2>
- Sunkel, G., & Geoffroy, E. (2002). Concentración económica de los medios de comunicación.: Peculiaridades del caso chileno. *Revista Comunicación y Medios*, (13), 135-150. <https://bit.ly/399OTMx>
- Suit, S., & García M.E. (2004). La programación Educativa. En V. Martínez, & M. Souza (Eds.), *Televisión y educación en tiempos de globalización y convergencia tecnológica* (pp. 127-137). Consejo Nacional de Televisión.
- Televisión Nacional de Chile (Ed.) (2009). *Orientaciones programáticas y editoriales Televisión Nacional de Chile*. <http://bit.ly/306J0N8>
- Tonucci, F. (2004). *La ciudad de los niños* (4ª Edición). Fundación Germán Sánchez Ruipérez.
- Toussaint, F. (2017). Televisión pública en América Latina: su transición a la era digital. *Nueva Época*, LXII(229), 223-242. [https://doi.org/10.1016/s0185-1918\(17\)30009-0](https://doi.org/10.1016/s0185-1918(17)30009-0)
- Triguboff, M., & Calvi, G. (2015). Televisión Argentina: nuevas narrativas, audiencias y políticas públicas. Una primera aproximación a los cambios en los Contenidos Ficcionales Programados por los Canales de Televisión Abierta antes y después de la aplicación de la Ley 26.522. *Actas de Periodismo y Comunicación*, 1(1). <http://bit.ly/2SrPe6L>
- Tur-Viñes, V. (2005). Aproximación a la medida empírica de la calidad del audiovisual dirigido a los niños [Approach to the empiric measurement of quality in children's TV contents]. *Comunicar*, 25. 17-23. <https://doi.org/10.3916/C25-2005-118>
- Tur-Viñes, V., Lozano Oyola, M., & Romero-Landa, L.B. (2007) Informe de investigación: *Calidad de los contenidos audiovisuales infantiles. Informe relativo a la norma de calidad de los contenidos dirigidos a los menores* (CALCONIF) [Informe]. Universidad de Alicante. <http://bit.ly/39e9M9N>
- Turnes, G. (2014). La Televisión Nacional del Uruguay: TNU una aproximación desde la economía política. *EPTIC Online*, 19(3), 167- 187. <http://bit.ly/2TaBtvj>
- UNICEF (Ed.) (2006). *Convención sobre los Derechos del Niño*. <http://bit.ly/35FoIAY>
- UNICEF (Ed.) (2014). *Releasing children's potential and minimizing risks. ICTs, the Internet and Violence against Children*. <http://bit.ly/2sW6hpb>

- Vázquez-Barrio, T. (2009). Evaluación de la calidad de la programación infantil de las televisiones generalistas españolas. *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, 844- 861. <http://doi.org/10.4185/RLCS-64-2009-866-844-861>
- Vergara, E., Vergara, A., & Chávez, P., (2014). Televisión e infancia. Una aproximación comparativa y etnográfica al consumo televisivo en niños chilenos de estratos socioeconómicos medio-alto y bajo. *Cuadernos.info*, 35, 177-187. <http://doi.org/10.7764/cdi.35.654>
- Vega, J., & Lafaurie, A. (2013) «Observar TV»: Un observatorio infantil de televisión para la interlocución de los niños [A Children's Observatory of Television: «Observar TV», a Space for Dialogue between Children]. *Comunicar*, 40, 145-153. <https://doi.org/10.3916/C40-2013-03-05>
- Vidal-Beltrán, J.M. (2014). La regulación del espacio y los contenidos televisivos en la Unión Europea. En M. Francés, J. Gavalda, G. Llorca, & A. Peris (Coords.), *La televisión de la crisis ante el abismo digital*, (pp. 47 – 79). Gedisa
- Villarrubia-Martínez, A., Aguaded-Gómez, I., & Delgado-Ponce, A. (2019). Implementación de la Televisión digital en Chile: ¿una oportunidad real para la TV Comunitaria? *Chasqui*, 140, 279-296. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i140.3878>
- WADADA. (2018). *Programas Noticieros Infantiles WADADA en América Latina, según país* [Tabla]. Recuperado en <http://www.wadadanewsforkids.org/>
- Wallis, R., & Buckingham, D. (2019). Media literacy: the UK's undead cultural policy. *International Journal of Cultural Policy*, 25(2), 188-203. <https://doi.org/10.1080/10286632.2016.1229314>
- Young, A., & Raglianti, G. (2017). Chile. En S. Solot (Ed.), *Mecanismos actuales de financiación de contenidos audiovisuales en Latinoamérica* (3ª Edición). Centro Latino-Americano de Treinamento e Assessoria Audiovisual. <http://bit.ly/35HW4tD>
- Zermatten, J. (2017). *The Right of the child to be Heard: General Comment Nº 12* [Class Handout] Children's Rights Center, Universidad de Ginebra, Ginebra, Suiza.

ANEXOS

Índice de Tablas

Tabla 1. Empoderamiento online: niños como receptores, participantes y actores.....	32
Tabla 2. Avances legales en materia de infancia, según ámbitos sectoriales	40
Tabla 3. Grupos participantes Yo Opino es mi derecho 2015, según edad.....	43
Tabla 4. Países y fechas para el apagón analógico.....	47
Tabla 5. Nuevas fechas estimadas para el apagón analógico, Latinoamérica.....	47
Tabla 6. Objetivos de desarrollo sostenible.....	54
Tabla 7. Montos asignados a Fondo CNTV 2010-2019.....	61
Tabla 8. Concesiones de TV digital otorgadas en forma definitiva, por tipo y región *	75
Tabla 9. Etapas en la historia de la TV	76
Tabla 10. Criterios de calidad Prix Jeunesse Internacional.....	110
Tabla 11. Programas latinoamericanos finalistas Prix Jeunesse Internacional 2018.....	111
Tabla 12. Festivales audiovisuales infantiles latinoamericanos	113
Tabla 13. Programas ganadores Prix Jeunesse Iberoamericano 2017	114
Tabla 14. Programas Novasur premiados en festivales 2015-2019.....	114
Tabla 15. Canales públicos infantiles, según país y año de fundación.....	115
Tabla 16. Programas noticieros infantiles WADADA en América Latina.....	118
Tabla 17. Porcentaje de cuota de pantalla según grupo económico, 2016	121
Tabla 18. Programas infantiles disponibles en la plataforma Bacua, 2018.....	136
Tabla 19. Indicadores de industria televisiva Brasil, 2012-2016.....	137
Tabla 20. Porcentaje de horas de programación TV abierta en Brasil, 2016	140
Tabla 21. Programación TV Cultura, en número de horas y porcentaje, 2016	141
Tabla 22. Programación TV Brasil en número de horas y porcentaje, 2016	144
Tabla 23. Programas TV financiados por ANCINE 2017, TV Brasil	145
Tabla 24. Programas producción propia Canal IPé, Perú	148
Tabla 25. Programas Educa TV Ecuador	151
Tabla 26. Programas Colombeia, según tipo y descripción	154
Tabla 27. Porcentaje de programas infantiles, según canal	156
Tabla 28. Grupos económicos y TV en Chile.....	162
Tabla 29. Programación TVN Kids, abril de 2018 a abril de 2019	169
Tabla 30. Rating de programas infantiles Fondo CNTV, 2017	181
Tabla 31. Capítulos programas infantiles financiados Fondo CNTV 2010-2017	194
Tabla 32. Resumen de hitos Instalación Programa Novasur 2000-2017	195
Tabla 33. Canales de televisión abierta y por cable que emiten Novasur	196
Tabla 34. Muestras y participantes, objetivos y técnicas de investigación.....	208
Tabla 35. Muestra de programas análisis cualitativo.....	210
Tabla 36. Muestra de programas y capítulos análisis cualitativo	211
Tabla 37. Entrevistados, según país y cargo	212
Tabla 38. Variables y categorías análisis de contenido variables cuantitativas	214
Tabla 39. Criterios de análisis objetivo, según método MACCAI.....	215
Tabla 40. Criterios de análisis morfológico, según método MACCAI.....	216
Tabla 41. Criterios análisis crítico, según método MACCAI.....	217
Tabla 42. Criterios de calidad, según método MACCAI.....	218
Tabla 43. Guía de la entrevista, según variables y códigos	220
Tabla 44. Plataformas digitales públicas chilenas.....	224
Tabla 45. Capítulos programas plataforma Novasur, según procedencia	229
Tabla 46. Capítulos programas extranjeros plataforma Novasur, según adquisición	230
Tabla 47. Capítulos programas coproducción Internacional, según año y país	231
Tabla 48. Capítulos coproducciones según institución y ámbito, 2016	234
Tabla 49. Alianza entre coproductores nacionales	235
Tabla 50. Número de entidades coproductoras, según institución, 2012-2016	237
Tabla 51. Programas Fondo CNTV, según género.....	238
Tabla 52. Programas Fondo CNTV, según tema.....	239

Tabla 53. Protagonistas programas, según género	242
Tabla 54. Protagonistas programas, según género y edad	242
Tabla 55. Programas procedencia protagonistas, según ámbito urbano y rural	245
Tabla 56. Programas procedencia protagonistas, según región y ámbito	245
Tabla 57. Programas procedencia protagonistas, según zona y regiones	246
Tabla 58. Número y Porcentaje programas curriculares y no curriculares	246
Tabla 59. Número y porcentaje programas curriculares, según procedencia	247
Tabla 60. Número programas curriculares y no curriculares, por país	247
Tabla 61. Número programas curriculares extranjeros Educación Parvularia	249
Tabla 62. Número programas curriculares extranjeros Educación Básica	250
Tabla 63. Programas nacionales según tema y público.....	252
Tabla 64. Porcentaje programas procedencia, según género y técnica	253
Tabla 65. Porcentaje de programas según género y técnica, según edad	254
Tabla 66. Número de series y capítulos 2017-2019	257
Tabla 67. Número y porcentaje series nuevas CNTV Infantil, 2019.....	257
Tabla 68. Número programas nuevos 2019, según género y técnica	260
Tabla 69. Muestra programas análisis cualitativo, según tema y curricular	261
Tabla 70. Coproducciones 2016, según región e institución coproductora	301
Tabla 71. Trayectoria de los entrevistados.....	319

Índice de Figuras

Figura 1. Distribución de la población, según edad 2002-2020.....	36
Figura 2. Incidencia de la pobreza y de la pobreza extrema, por edad, 2017.....	37
Figura 3. Porcentaje de población en situación de pobreza, según edad 2006-2017.....	38
Figura 4. Derechos mencionados Yo Opino, es mi derecho, 2015.....	44
Figura 5. Interpelación de los niños y niñas a los medios de comunicación, 2015.....	45
Figura 6. Monto asignado a Fondo CNTV 2011-2019, en millones de pesos.....	62
Figura 7. Horas emitidas por la TV uruguaya, según género 2010-2012.....	156
Figura 8. Evolución del Número de Televisores por Hogar 1996-2017.....	173
Figura 9. Equipamiento Tecnológico Menores de 13 años, en Porcentaje.....	174
Figura 10. Tecnologías en la que ven niños ven TV (Base 1.987 casos).....	175
Figura 11. Dispositivos en los que niños y niñas ven audiovisuales, según edad.....	177
Figura 12. Oferta de programación infantil 0 a 12 años, 2010 – 2018.....	178
Figura 13. Consumo televisivo infantil, según hora, semana y fin de semana.....	178
Figura 14. Programas familiares Fondo CNTV con mayor afinidad hogares, grupo D.....	182
Figura 15. Programas con mayor afinidad en hogares con y sin TV pagada.....	182
Figura 16. Nivel de acuerdo y desacuerdo con afirmaciones acerca de la TV (Base 5.424 casos).....	183
Figura 17. Expectativas respecto de la TV Digital.....	184
Figura 18. Escuelas adscritas Programa Novasur 2000-2016.....	192
Figura 19. Presupuesto Novasur 2011-2016, en millones de pesos chilenos.....	193
Figura 20. Preguntas que orientan la discusión en Educación en Medios.....	199
Figura 21. Capítulos programas extranjeros, según país y adquisición (Base 317 programas).....	230
Figura 22. Contenidos plataforma Novasur a julio 2017, según adquisición (Base 2.264 programas).....	231
Figura 23. Capítulos programas nacionales según tipo de adquisición, (Base 1.947 programas).....	232
Figura 24. Porcentaje programas nacionales, según adquisición (Base 1.947 programas).....	232
Figura 25. Comparación capítulos producción relacionada y externa por año (Base 1.947 programas).....	233
Figura 27. Capítulos de coproducciones regional, por año (Base 142 programas).....	236
Figura 28. Capítulos anuales programas nacionales Fondo CNTV (Base 858 programas).....	238
Figura 29. Capítulos programas nacionales, adquiridos por donaciones (Base 131 programas).....	239
Figura 30. Tipo de protagonistas programas propios y coproducciones Novasur (Base 395 programas).....	240
Figura 31. Protagonistas programas propios y coproducción, según edad (Base 395 programas).....	241
Figura 32. Protagonistas programas propios y coproducciones, según género (Base 395 programas).....	241
Figura 33. Protagonistas con discapacidad (Base 395 programas).....	243
Figura 34. Protagonistas pueblos originarios (Base 395 programas).....	244
Figura 35. Número y porcentaje capítulos programas curriculares nacionales (Base 699 programas).....	247
Figura 36. Número de capítulos programas curriculares nacionales, por adquisición (Base 699 programas).....	248
Figura 37. Programas curriculares nacionales Educación Parvularia (Base 278 programas).....	249
Figura 38. Capítulos programas curriculares destinados a Educación Básica.....	250
Figura 39. Capítulos programas curriculares Educación Media (Base 121 programas).....	251
Figura 40. Programas nacionales curriculares y no curriculares, según tema (Base 1.947 programas).....	251
Figura 41. Programas nacionales y extranjeros según género y técnica.....	253
Figura 42. Número de programas según género y técnica según grupo etario.....	254
Figura 43. Porcentaje programas nacionales para niños hasta 6 años, según género.....	255
Figura 44. Número de programas nacionales para niños 7 a 12 años, según género.....	255
Figura 45. Número de programas nacionales para público general, según género.....	256
Figura 46. Porcentaje de programas nuevos 2019, según público destinatario.....	258
Figura 47. Porcentaje programas nuevos plataforma 2019, según adquisición.....	259
Figura 48. Número de programas nuevos plataforma Novasur 2019, según tema.....	259
Figura 49. Ejes y temas de las entrevistas.....	321
Figura 50. Matriz de análisis de entrevistas según ejes temáticos.....	322
Figura 51. Número de referencias de las entrevistas, según ejes temáticos.....	323
Figura 52. Números de referencias de las entrevistas, según eje y temas.....	324
Figura 53. Número de referencias por entrevistado, según eje.....	324

Figura 54. Temas entrevista a Beth Carmona, en porcentaje	325
Figura 55. Temas entrevista a Mariana Loterszpiel, en porcentaje.....	326
Figura 56. Temas entrevista Germán Calvi, en porcentaje	326
Figura 57. Temas entrevista Valeria Dotro, en porcentaje.....	327
Figura 58. Temas entrevista Cynthia Ottaviano, en porcentaje	328
Figura 59. Temas entrevista Daniel Leite, en porcentaje de referencias	328
Figura 60. Temas entrevista Ida Iervese, en porcentaje	329
Figura 61. Temas entrevista Renzo Amado, en porcentaje.....	330
Figura 62. Temas entrevista Sandra Téllez, en porcentaje.....	330
Figura 63. Temas entrevista Viviana Sepúlveda, en porcentaje	331
Figura 64. Temas entrevista Eugenio Bucci, en porcentaje.....	332
Figura 65. Temas entrevista Martín Becerra, en porcentaje	332
Figura 66. Temas entrevista Germán Covarrubias, en porcentaje	333
Figura 67. Referencias Eje Gobierno, Industria y Derechos por tema y actor	334
Figura 68. Referencias Eje Gobierno, Industria y Convergencia, por tema y actor	355
Figura 69. Referencias Eje Gobierno, Industria y Calidad, por tema y actor.....	362
Figura 70. Referencias Eje Audiencias, Industria y Convergencia, por tema y actor	410
Figura 71. Referencias Eje Audiencias, Gobierno y Derechos, por tema y actor	424
Figura 72. Referencias Eje Audiencias, Industria y Calidad, según temas y actor	445

Guía Pedagógica Mapa Ya

<https://infantil.cntv.cl/sites/default/files/videos/material/55643/encuentrode dosencuen.pdf>

www.cntv.cl | www.novatur.cl

Encuentro de dos mundos



Asignatura: HISTORIA,
GEOGRAFÍA Y
CIENCIAS SOCIALES

Curso: 1° y 5° básico

Duración: 13 minutos

B
Enseñanza
Básica

Serie: MapaYa

DESCRIPCIÓN:

Programa concurso sobre la historia, la geografía y conceptos claves de formación ciudadana de Chile. Acompañados por Selki 3K, un divertido robot, y por Pia la conductora del concurso, los niños y niñas participan en una gran carrera por completar el mapa de Chile y sus regiones, respondiendo preguntas sobre grandes personajes, eventos e hitos de la historia chilena, algunas de las características más importantes de la geografía de nuestro país, y algunos aspectos claves de la organización política de Chile. En este capítulo, los niños y niñas del concurso deberán responder preguntas relacionadas con el descubrimiento de América por los exploradores europeos, acontecimiento que actualmente recordamos y conmemoramos como el "Encuentro de dos mundos". Los concursantes tendrán que referirse a los hechos que caracterizaron este periodo de la llegada de Cristóbal Colón a América, un 12 de octubre de 1492, y mencionar algunos de los impactos y las consecuencias sociales, culturales y religiosas que tuvieron estos hechos para una gran cantidad de pueblos originarios.

ENLACES:

<http://sobrehistoria.com/cristobal-colon-y-el-descubrimiento-de-america/>

<http://www.icanito.cl/2010/09/404-168-9-descubrimiento-de-america.shtml/>

<http://es.slideshare.net/NoeliaL/cristbal-coln-para-nios>

SUGERENCIAS PARA LA PLANIFICACIÓN EDUCATIVA

A continuación se plantean un conjunto de sugerencias que le permitirán al/la docente integrar el programa audiovisual como un recurso didáctico en una planificación de clase y u otras actividades de aprendizaje.

RELACIÓN ENTRE EL PROGRAMA Y LAS BASES CURRICULARES

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE TRANSVERSAL

El programa tiene como objetivo que los estudiantes reconozcan las características y los hechos principales del Descubrimiento de América, y cómo este proceso de conquista fue generando y transformando las civilizaciones y los pueblos originarios. Para ello se sugiere al docente el siguiente OAT "Establecer lazos de pertenencia con su entorno social y natural a partir del conocimiento, la valoración y la reflexión sobre su historia personal, su comunidad y el país".

ASIGNATURA: HISTORIA, GEOGRAFÍA Y CIENCIAS SOCIALES

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Los estudiantes serán capaces de:

HABILIDADES	ORGANIZADORES TEMÁTICOS
1° básico	1° básico
Análisis y trabajo de fuentes	Historia
Obtener información explícita sobre su entorno a partir de fuentes orales y gráficas dadas (narraciones, fotografías, medios audiovisuales), mediante preguntas dirigidas	5. Reconocer los símbolos representativos de Chile (como la bandera, el escudo y el himno nacional), describir costumbres, actividades y la participación de conmemoraciones nacionales (como Fiestas Patrias, Día del Descubrimiento de dos mundos y Combate Naval de Iquique) y reconocer en ellos un elemento de unidad e identidad nacional.
Pensamiento crítico	
Formular opiniones sobre situaciones del presente y del pasado, propias de su entorno familiar, escolar o local, y sobre otros temas de su interés.	
5° básico	5° básico
Pensamiento temporal	Historia
c. Analizar elementos de continuidad y de cambio en procesos de la historia de América y entre un periodo histórico y otro, considerando aspectos sociales, políticos, culturales y económicos.	1. Explicar los viajes de descubrimiento de Cristóbal Colón, de Hernando de Magallanes y de algún otro explorador, considerando sus objetivos, las rutas recorridas, los avances tecnológicos que facilitaron la navegación, las dificultades y los desafíos que enfrentaron las tripulaciones y el contexto europeo general en que se desarrollaron.

1. Pregunte a sus estudiantes qué entienden por la palabra "Descubrimiento", registre las ideas en el pizarrón y motive a imaginar qué lugares les gustaría descubrir a ellos.
2. Invite a sus alumnos a realizar una lluvia de ideas sobre lo que saben acerca de los siguientes personajes o elementos históricos:
3. Cristóbal Colón
 - La pinta, la Niña y la Santa María.
 - Brújula
 - Isabel la Católica
 - Catolicismo



Pregunte qué tienen en común y con qué hito o hecho importante se relacionan.

4. Motive a sus alumnos a pensar si tuvieran que participar en un programa sobre el Descubrimiento de América, en qué contenido y conocimientos previos se sentirían más preparados y seguros.
5. Pregunte a sus alumnos de qué creen que tratará el programa a partir de lo anterior.

Mientras ven el programa

6. En una primera instancia se recomienda observar por completo y sin interrupciones el programa a fin de que los estudiantes puedan tener una mejor comprensión del mismo, debido a que es mucha información la que se entrega. Invite a los estudiantes a responder las preguntas del concurso desde sus conocimientos previos, experiencia o conocimientos adquiridos. Antes de continuar con el segundo visionado, pregunte a los estudiantes: ¿Por qué el capítulo se llama encuentro de dos mundos?, invite a generar una conversación a partir de la interrogante. En un segundo visionado se le sugiere al docente realizar actividades que faciliten una comprensión específica del programa y de los contenidos del mismo. Para ello, realice preguntas y actividades de acuerdo a las sugerencias siguientes, escogiendo aquellas más adecuadas a la clase o actividad educativa.
7. En un segundo visionado se le sugiere al docente realizar actividades que faciliten una comprensión específica del programa y de los contenidos del mismo. Por ejemplo, invite a sus alumnos a registrar los temas tratados en las preguntas de la competencia. Sugiera que clasifiquen la información de acuerdo a dos periodos: los hechos sucedidos antes de la llegada de Colón a América y los que marcaron luego de su llegada.
8. Detenga el video en la primera parte del concurso e invite a los alumnos que comenten sobre lo registrado. Luego continúe la misma dinámica en la segunda parte.
9. Realice una lista, junto con los estudiantes, de los principales personajes mencionados en el Descubrimiento de América, y qué rol cumplieron en este proceso.
10. Lleve a cabo un debate con sus estudiantes sobre la siguiente temática: Encuentro de dos mundos, sus implicancias y consecuencias.
11. Divida a sus estudiantes en grupos pequeños, y pídale que investiguen sobre distintos hechos o elementos, por ejemplo: Proceso de mestizaje frente a la colonización, primera expedición de Colón, la resistencia del pueblo mapuche, la influencia o imposición del catolicismo etc.
12. Invite a sus alumnos a presentar sus trabajos al resto de sus compañeros, como a modo de evaluación.
13. Pídale a sus estudiantes individualmente, que si tuvieran que escribirle una carta a Cristóbal Colón, qué le preguntarían acerca de su vida. Motívelos a que redacten una y luego de forma voluntaria que compartan sus producciones. Al comenzar a escribir la carta, se sugiere ambientar con la canción 1492 de Vangelis (álbum la Conquista del paraíso).

Después de ver el programa

14. Los alumnos y alumnas, organizados en grupos de entre 3 a 4 integrantes, realizan una lluvia de ideas de lo que aprendieron con el visionado del programa, alzando la mano y registrándolo en el pizarrón.
15. Pídale a sus estudiantes que mencionen, de acuerdo a lo visto en el programa, cuáles fueron los principales impactos que se generaron en los pueblos originarios luego de la llegada de Colón. Invítelos a observar la siguiente imagen (ver anexo 1) y que comenten sus impresiones sobre lo que sucede en el cuadro.



16. Realice una lista, junto con los estudiantes, de los principales personajes mencionados en el Descubrimiento de América, y qué rol cumplieron en este proceso.
17. Lleve a cabo un debate con sus estudiantes sobre la siguiente temática: Encuentro de dos mundos, sus implicancias y consecuencias.
18. Divida a sus estudiantes en grupos pequeños, y pídale que investiguen sobre distintos hechos o elementos, por ejemplo: Proceso de mestizaje frente a la colonización, primera expedición de Colón, la resistencia del pueblo mapuche, la influencia o imposición del catolicismo etc.
19. Invite a sus alumnos a presentar sus trabajos al resto de sus compañeros, como a modo de evaluación.
20. Pídale a sus estudiantes individualmente, que si tuvieran que escribirle una carta a Cristóbal Colón, qué le preguntarían acerca de su vida. Motíuelos a que redacten una y luego de forma voluntaria que compartan sus producciones. Al comenzar a escribir la carta, se sugiere ambientar con la canción 1492 de Vangelis (álbum la Conquista del paraíso).

EDUCACIÓN EN MEDIOS

Estas actividades tienen por objetivo despertar el sentido crítico y el visionado activo de los televidentes. Entre otras, este programa ofrece posibilidades de realizar actividades de análisis de:

1. **Mensaje:** ¿Sobre quiénes aprendimos en este programa? ¿Has visto otros programas como Mapa Ya, cuáles? ¿Crees importante saber sobre el proceso del Descubrimiento de América? ¿Por qué?
2. **Propósito y autor del programa:** ¿Cuál es el objetivo del programa? ¿Consideran que el autor del programa motiva el interés del tema tratado? ¿Por qué? ¿Cuánto más aprendiste sobre símbolos y tradiciones?
3. **Público:** ¿Qué fue lo que te más te gustó del programa?, ¿Te gustaría participar en un programa de concurso? ¿Cuánto más aprendiste sobre el descubrimiento de América / Encuentro de dos mundos? ¿Te ayudó el programa a comprender las consecuencias y el impacto que generó este encuentro entre pueblos y culturas?

La televisión y otros medios de comunicación masiva son parte fundamental en el crecimiento y desarrollo de los niños y niñas actuales, instalando en ellos conocimientos, valores y modelos que son importantes de reconocer y analizar. Es por esto que es relevante desarrollar habilidades para identificar, comprender y re-significar sus mensajes, códigos, estrategias, lenguajes y narrativas, junto con tomar conciencia de las emociones que la televisión les genera.

Esta guía tiene por finalidad entregar algunas orientaciones para que padres, tutores y mediadores puedan orientar a niños y niñas, entre los 3 a 6 años de edad, a tener un visionado crítico y analítico de los contenidos audiovisuales que consumen a través de las diferentes pantallas. A continuación les entregamos actividades para el desarrollo de estas competencias que se encuentran basadas en las 5 preguntas básicas del Alfabetismo de Medios.¹



Actividades de Educación en Medios

Comprender la Historia

Esta sección introduce el concepto de audiencia y responde a la pregunta clave de Alfabetismo en Medios: ¿quién creó este mensaje?

- Pedir a los niños/as que relaten lo que vieron en el programa, ¿cuál es la historia que se cuenta?, preguntar cosas concretas atinentes al programa por ejemplo: ¿qué pasó cuando apareció el personaje?
- Pedir a los niños y niñas que identifiquen al narrador de la historia, preguntar ¿quién cuenta la historia?, ¿es uno de los personajes?
- Asignar a los niños/as que no se acuerden que existen autores que crean las historias, invitarlos a crear su propia película a través de recortes de revistas, de calcomanías, etc. Una vez realizada la historia, deberán contarla frente a sus compañeros.

1) Consejo Nacional de Televisión. (2014). *Alfabetismo en Medios: ¿quién creó este mensaje?*. Santiago: CNET.

Identificar imágenes y sonido

Esta sección identifica el concepto de formato, respondiendo a la pregunta clave de Alfabetismo en Medios: ¿qué técnicas creativas se usan para llamar la atención?

- Luego de realizar un visionado completo del programa, volver a verlo pero esta vez sin el audio, sólo imagen y preguntar ¿qué pasa aquí?, ¿les gusta verlo sin sonido?, ¿por qué?, ¿se entiende la historia sin el sonido?, ¿se entiende mejor con sonido?, ¿podemos saber qué dice "nombre del personaje" cuando le habla a "otro personaje"? Después ver el programa sólo con el audio y sin las imágenes (se les puede pedir que cierren los ojos o tapar la pantalla), preguntar ¿qué pasa aquí?, ¿les gusta verlo sin imágenes?, ¿se entiende la historia si sólo escuchamos el sonido?
- Identificar la música del programa televisivo y las emociones que les provoca, preguntar ¿cómo es la música, es alegre, triste, da miedo?, ¿invita a bailar? o ¿invita a quedarse quietos? Luego hacer que los niños y niñas escuchen diferentes tipos de música (alegre, triste, suspenso, terror, etc.) e invitarlos a moverse de acuerdo a ella, ¿se sienten diferentes con uno u otro tipo de música?, ¿por qué, les da miedo, felicidad, tristeza, etc.?
- Para reconocer en primera instancia las posiciones de la cámara de un programa televisivo, construir con los niños y niñas un pequeño marco de cartón ("ventanilla"), a través del cual deberán mirar las cosas que los rodean, invitarlos a acercarse mucho a las cosas o buscar "miradas distintas" como desde el piso o desde el cielo. Luego volver a ver partes del programa donde se aprecien distintas posiciones de la cámara e invitarlos a identificar dónde está puesta la ventanilla de cartón, ¿desde dónde está mirando? (Ejemplo: desde debajo de la cama, entre medio de las plantas, etc.)

Reconocer las características de los personajes

Esta sección corresponde al concepto del contenido y responde a la pregunta clave de Alfabetismo en Medios: ¿cuáles estilos de vida, valores y puntos de vista están representados u omitidos en este mensaje?

- Pedir a los niños y niñas que identifiquen a los personajes de la historia con preguntas relativas al programa, por ejemplo: ¿quién fue al bosque?, ¿quién se comió el pastel? Preguntarles cuál es el personaje que más les gustó y por qué, ¿por qué te gusta?, ¿te gustaría ser como él?, ¿por qué por las cosas que hace o las que tiene?, ¿se parecían a ti o a alguien que conozcas, como tu papá, tu mamá, tus hermanos, etc.? ¿qué lo hace parecido?, ¿cómo es su personalidad?, ¿cómo es físicamente?

- Invitar a los niños y niñas a realizar un juego colectivo (como la pinta) siendo el personaje que más les gustó. Al final comentar con ellos si les ayudó o no ser ese personaje para jugar, preguntando, ¿qué características del personaje los ayudaron y cuáles no? Lo importante es que identifiquen que cada personaje tiene diferentes características que les son propias.
- Reflexionar con los niños y niñas sobre los superhéroes y los villanos, ¿cuál es la diferencia entre ambos?, ¿qué hace que uno sea malo y el otro bueno?, ¿por qué ganan los buenos y pierden los malos?, ¿qué tienen los personajes buenos que no tienen los malos? Invitar a los niños y niñas a representar a los personajes de la historia incentivándolos a disfrazarse como el personaje y moverse o hablar como ellos.

Reconocer las emociones que les provocan las imágenes que ven

Esta sección se identifica con el concepto de audiencia y responde a la pregunta clave de Alfabetismo en Medios: ¿cómo pueden diferentes personas entender este mensaje en forma distinta de cómo lo hago yo?

- Preguntar a los niños y niñas qué les gustó y qué no les gustó del programa que vieron, ¿por qué?, ¿qué cosas les gustó/no les gustó, el personaje, la historia, lo que le pasaba, los colores, los dibujos, etc.? Identificar que entre ellos existen diferentes gustos, pues hay cosas que les gustaron a unos y a otros no.
- Comparar dos escenas del mismo programa donde se expresen dos emociones distintas (Ejemplo: suspenso y alegría), mostrarlas a los niños y pedirles que cuenten ¿qué le pasó al personaje aquí?, ¿qué le pasó al personaje acá?, ¿cómo creen que se sintió el personaje?, ¿qué sintieron ellos?, ¿sintieron lo mismo en las dos partes?, ¿por qué creen que se sintieron distintos?
- Pedir a los niños y niñas realizar una representación de la parte del programa que les llamó más la atención. Para esto pueden utilizar títeres -que pueden fabricar ellos mismos- o también pueden disfrazarse. Después de realizada la actividad deberán comentar las representaciones, ¿qué personajes eran?, ¿cómo se sentían ellos?, ¿estaban alegres o tristes?, ¿por qué creen estar? También se puede pedir a los niños y niñas que hagan un dibujo a través de materiales de desecho sobre su momento favorito de la historia. Hacer hincapié en que a cada uno le gusta un momento distinto y que todos los gustos son igualmente válidos.

Guía de Educación en Medios Audiovisuales 3-6 años

https://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20160622/asocfile/20160622163410/educadores_3_a_6_a__os.pdf

https://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20160622/asocfile/20160622163410/educadores_7_a_12_a_os.pdf

INTELVISIÓN
 INSTITUTO NACIONAL DE TELEVISIÓN
 Pábulico Niños/as:
 7 años a
 12 años

¿Qué ves cuando ves TV?

a VIII Encuesta Nacional de Televisión⁽¹⁾, reveló que los hogares chilenos se encuentran altamente equipados de bienes tecnológicos y que las personas ven contenidos audiovisuales en diferentes plataformas, especialmente el grupo de niños, niñas y jóvenes menores de 18 años. Esto implica una menor posibilidad de control sobre su consumo audiovisual y por lo tanto un desafío para su educación en este ámbito. (CNTV, 2014)

La televisión y otros medios de comunicación masiva son parte fundamental en el crecimiento y desarrollo de los niños/as actuales, instalando en ellos conocimientos, valores y modelos que son importantes reconocer y analizar. Por esto, que es relevante desarrollar habilidades para identificar, conocer y re-significar sus mensajes, códigos, estrategias, lenguajes y narrativas, junto con tomar conciencia de las emociones que la televisión les genera.

Actividades de Educación en Medios

Identificar al Autor

1
Esta sección introduce el concepto de autor, de manera que responde a la pregunta clave de Alfabetismo en Medios: ¿quién creó este mensaje?

- Se introduce a los niños y niñas la noción de que cada programa de televisión tiene un rol y un equipo detrás de su creación. Preguntar ¿qué imaginan quién o qué personas crean este programa de televisión? ¿quién es el autor?, ¿cuántas personas creen que se necesitan para hacer un programa así?, ¿conocen los roles y cargos de las personas que trabajan en un programa de televisión? Luego explicar brevemente los diferentes roles que existen en la producción audiovisual, como guionista, director, productor, actor, etc. Se puede apoyar la ilustración de estos conceptos con el visionado del Making Of de la serie *Muehlen* http://www.cineclubdelmuelin.es/pontius_cmv262-08-30125709.html
- Construir con los niños una escena del programa de televisión que vieron. Para eso asignar a cada uno un rol: el actor que se preocupa de hacer el personaje, el director que se preocupa de dirigir a los actores, el productor que se preocupa de ver el lugar y las cosas que se necesitan, el personaje que se preocupa de la cámara y la luz que ilumina el escenario, el animador que se preocupa del vestuario y el maquillaje de los actores. Asignar los roles a los niños, explicarles sus posibles tareas y luego repartir el trabajo. Luego todos van a la escena. Si es posible grabarla con una cámara de celular o lo que esté disponible. Así cada uno realiza su propio trabajo. Luego todos van a la escena. Si es posible grabarla con una cámara de celular o lo que esté disponible. Así cada uno realiza su propio trabajo. Luego todos van a la escena y qué aprendieron.



Parlamento Nacional de Televisión, con el lema "Hacia el milenio, avanzando nacional de televisión, una televisión para el futuro, una televisión para el futuro".

Consejo Nacional de Televisión, 2014. http://www.cntv-cmii-encuesta-nacional-de-television-2014/protus_cntv2014/

© 2012 Medallix / 5 preguntas claves que pueden cambiar el mundo. Paquete de CMZ para Alfabetismo en Medios.
Para ver los capítulos de la serie revisar: <http://www.northernclsearch-videos?search=asi+views+fulltext+mainline+field+copyright+web7+isnot+bu+title+front+order+DESC>

Revelar cómo está hecho

Esta sección identifica el concepto de Formato, respondiendo a la Pregunta Clave de Alfabetismo en Medios: ¿qué técnicas creativas se usan para llamar la atención?

- Introducir a los niños y niñas en el concepto del **Lenguaje Audiovisual**. Para eso explicar que la televisión como las películas o cualquier video que ven en alguna pantalla, utilizan un lenguaje, como nosotros utilizamos las palabras para comunicarnos, el cual se llama **Lenguaje Audiovisual**.
- Describir **Audíto y Visual**, es decir que lo podemos escuchar o lo podemos ver en la pantalla.
- Invitar a los niños y niñas a volver a ver el programa solo con las imágenes y sin el sonido, preguntar, ¿pueden entender la historia sin el sonido?, ¿se entiende el programa?, ¿cómo entienden el programa?, ¿cómo entienden las imágenes?, ¿cómo lo hace? Ahora invitados a ver el programa con los ojos cerrados (o tapar la pantalla), solo escuchando el sonido y preguntar, ¿pueden entender la historia sin las imágenes?, ¿pueden identificar qué sucede o qué personajes hay?, ¿cómo entienden el lenguaje en el programa?, ¿por qué es tan importante?
- Jugar con los niños y niñas a comunicarse visual y gestualmente, sin sonido. El juego consiste en que el tutor le da una información o una historia en secreto que debe pedir a otro niño(a) que lo haga en su haber, pero sin usar palabras. El resto de los niños(as) debe adivinar la solicitud. Ejemplo: puede que tú seas una niña, una...

Reconocer quiénes experimentan el mensaje

3 Esta sección se identifica con el concepto de audiencia y responde a la pregunta clave de Alfabetismo en Medios: ¿cómo pueden diferentes personas entender este mensaje n forma distinta de cómo lo haa uo?

- Preguntar a los niños y niñas qué elementos del programa que vieron les gustaron y cuáles no. Antes de responder pídeles que los escriban y luego lo cuenten frente al resto. Hacer hincapié en que las opiniones son diferentes y cada una es válida.
- Invitar a los niños y niñas a escoger cuál es su película o serie favorita y contar al resto las razones de su preferencia. Nuevamente, indicar que todos los gustos son válidos y diferentes, destacando la importancia del respeto a la diversidad de opiniones y gustos.

Comprender qué nos quiere decir

4 Esta sección corresponde al Concepto del Contenido o Mensaje y responde a la Pregunta Clave de Alfabetismo en Medios: ¿cuáles estilos de vida, valores y puntos de vista están representados u omitidos en este mensaje?

- Pedir a los niños y niñas que identifiquen a los personajes del programa que vieron. Pedir que los describan tanto física como psicológicamente, preguntando ¿de qué color es su pelo, su piel, sus ojos?, ¿cómo está

Reflexionar para qué fue hecho

5 Esta sección corresponde al Concepto de Motivo, por lo que responde a la Pregunta Clave de Alfabetismo en Medios: ¿por qué se envió éste mensaje?

- Identificar con los niños y niñas los proyectos de los diferentes sectores (información, recreación, etc.) y preguntar ¿para qué los profesores hacen clases y pruebas?, ¿para que ustedes aprendan o para entretenernos?, ¿para qué los adultos ven las noticias?, ¿para qué vemos series y películas?, ¿para qué leemos un libro?, ¿para qué tocamos un instrumento como la guitarra o el piano?, ¿para qué pintamos o hacemos dibujos?, etc.
- Ahora identificar con los niños y niñas para qué se hizo el programa, ¿para qué dibujamos?, ¿para qué aprendemos a leer, a escribir, a contar?, ¿para qué aprendemos a poder cuidar?, ¿para qué creemos?, etc. profundizando en las respuestas de los estudiantes mostrando elementos que indican el propósito del programa, por ejemplo: "El programa es para aprender porque me explica sobre cómo funcionan los aviones".
- Elaborar con los niños y niñas comerciales para diferentes productos. Según la cantidad de participantes, armar grupos de 3 niños/as mínimo y asignarles un producto que ellos conozcan como alguna golosina o bebida, un juguete, etc. Los niños/as deben pensar en qué quieren que la gente sepa que existe y que les guste, que creen una publicidad, puede ser actuada como si fuera de la televisión o dibujada. Luego deberán presentarla al resto de los niños y niñas.

<https://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20160622/asocfile/20160622163410/diptico.pdf>

Noticiarios

Ten en cuenta que, para tu hijo/a siempre será más importante compartir contigo y contar con tu atención, para jugar y conversar, que estar frente a una pantalla.

Si bien los programas de noticias no están diseñados para niños/as, son generalmente vistos en familia. De esta forma tus hijos/as podrían estar expuestos a mensajes que les pueden generar emociones inadecuadas.

Recomendaciones:

1. **Evita que los niños/as menores de 7 años vean noticiarios**, los informativos son programas para adultos que pueden contener imágenes inadecuadas o difíciles de asimilar para los niños/as.
2. **Ayúdalos a comprender las imágenes**, genera espacios de diálogo y reflexión con los niños/as sobre lo que ven en las noticias.
3. **Mantente alerta a las noticias impactantes para los niños/as**, presta atención a las noticias que puedan afectar las emociones de los niños/as, como un crimen, accidente o guerra.
4. **Contextualiza los hechos de violencia**, explícales el contexto de los hechos violentos que muestran las noticias como guerras o crímenes.
5. **Conoce los medios por los que se informan los niños/as**, infórmate de las páginas web que visitan, si reciben información a través de las redes sociales y reflexiona con ellos/as sobre los diferentes puntos de vista y fuentes de información existentes.

Para más información sobre estos temas visita:

El Consejo Nacional de Televisión es una institución autónoma constitucional que tiene por función velar por el correcto funcionamiento de la televisión chilena a través de políticas institucionales que tiendan a orientar, estimular y regular la actividad de los actores involucrados en el fenómeno televisivo.

Chile Crece Contigo está comprometido con la protección y el desarrollo de niñas y niños.

Forma parte del Sistema de Protección Social, coordinado por el Ministerio de Desarrollo Social, para responder a la necesidad de nuestro país de reducir la pobreza y avanzar hacia una sociedad con menos desigualdad y más derechos.

Una iniciativa del Estado de Chile que promueve la equidad desde el comienzo de la vida.

Niños y niñas Frente a las pantallas

¿Sabemos qué hacer?

Recomendaciones para un uso saludable de medios

Claves para un uso saludable de medios

En Chile un cuarto del tiempo que los niños/as ven televisión lo hacen después de las 10 de la noche, en horario destinado a adultos. Además, en nuestro país los escolares ven diariamente más de 3 horas de televisión y practican en promedio sólo una hora de actividad física a la semana*. Nuestro país se encuentra en el sexto lugar mundial en obesidad infantil y es el número uno de América Latina.

Al igual que cuidamos la alimentación de nuestros hijos/as, debemos también promover un consumo saludable de medios audiovisuales y pantallas.

Recomendaciones:

1. **Ofreceles actividades físicas alternativas a la televisión y las pantallas**, como practicar un deporte, jugar en una plaza, andar en bicicleta o simplemente caminar al aire libre.
2. **Evita que niños/as menores de 3 años usen pantallas**, pues el tiempo utilizado en estos dispositivos ocupa espacio para actividades necesarias para el desarrollo de los niños/as, como explorar a través de sus sentidos y el juego.
3. **Busca programas apropiados para la edad de los niños/as**, busca plataformas que entreguen contenidos educativos y adecuados como www.visionplus.cl y www.cntv.cl.
4. **Entérate de lo que ven**, podrían acceder a contenidos inadecuados a su etapa de desarrollo. Además, acuerda junto a ellos/as los programas que verán y conversa sobre sus contenidos.
5. **Establece límites de tiempo y zonas sin pantallas**, acuerda con los niños/as la cantidad de horas que podrán pasar frente a pantallas y define espacios sin conexión en tu casa.
6. **Evita la asociación entre pantallas y comida**, es importante que tanto adultos como niños/as eviten comer con el televisor encendido o viendo videos en el teléfono o tablet.
7. **Sé un ejemplo**, usa las pantallas como quieres que los niños/as lo hagan. Por ejemplo, guarda tu teléfono mientras conduces o cuando conversas con alguien.

¿Sabías que?

En Chile los escolares ven diariamente más de 3 horas de televisión y practican en promedio sólo una hora de actividad física a la semana. Además, nuestro país se encuentra en el sexto lugar mundial en obesidad infantil y es el número uno de América Latina.

Publicidad

Según datos de CNTV, en los canales de televisión pagada para niños/as, el 22% de la programación corresponde a publicidad, mientras que en televisión abierta llega al 13%. Por esto es importante que pongas atención a la publicidad que ven los niños/as.

Recomendaciones:

1. **Evita que los niños/as vean programas con publicidad**, busca plataformas virtuales destinadas a niños/as que no contengan avisos como www.visionplus.cl y www.cntv.cl.
2. **Distíngue y analiza los estereotipos que aparecen en la publicidad**, por ejemplo, la representación de las niñas como princesas y de los niños como superhéroes. Identifica estas imágenes y refuerza en los niños/as que cada uno/a tiene una identidad propia e irreplicable.
3. **Presta atención a la publicidad de alimentos poco saludables**, como los anuncios de bebidas endulzadas, caramelos, postres o snack. Conversa con los niños/as sobre los beneficios de una dieta sana y refuézalo con tu ejemplo.
4. **Cuestiona la veracidad de los mensajes publicitarios**, has preguntas como ¿Qué te parece creíble y qué te parece exagerado o falso de este aviso? ¿Qué ventajas reales tiene el producto que se anuncia?
5. **Enséñales desde pequeños/as a consumir de manera responsable**, explícales que no es necesario ni posible tener todo lo que aparece en los avisos publicitarios y refuézalo con tu ejemplo.
6. **Analiza los spots publicitarios**, has preguntas como ¿Cuál es la finalidad de este aviso? ¿Cuál es el mensaje principal que nos entrega?

Datos de salud:

Existe relación entre el tiempo dedicado a ver televisión y el riesgo de obesidad en los niños/as la mayor tiempo frente a la pantalla aumenta la probabilidad de desarrollar esta enfermedad en el futuro*. A continuación, algunos consejos para que las pantallas no afecten la salud de tus hijos/as:

- **Apaga las pantallas al menos una hora antes de que los niños/as duerman**, acordando con tus hijos/as un horario para apagar las pantallas, que debe ser al menos una hora antes de dormir.
- **Cuida la postura y distancia frente a la televisión y pantallas**, el tablet o el computador portátil debe estar sobre una mesa y el niño/a debe sentarse a buena altura para poder recalar y ver la pantalla sin encorvarse ni girar el cuerpo.
- **Limita el tiempo que pasan los niños/as frente a pantallas**, en niños/as menores de 7 años este tiempo no debe sobrepasar las 2 horas al día. Además, te recomendamos hacer pausas de al menos 10 minutos por hora para evitar problemas visuales como la miopía.

1. Anuario Estadístico - Oferta y consumo de Programación TV abierta 2015, CNTV 2016.

2. Consejo Nacional de Televisión, 2015. Informe Estadístico de Publicidad de Canales de Televisión de Pago. 3. De la Maza M, Albano C. Obesidad y Trastornos de la conducta alimentaria. Rev Chil Nutr 2000; 27: 256-6.

Ficha Educativa



La mente
maestra

ficha
educativa

Ficha técnica

Serie: Nano aventuras

Duración: 13 minutos.

Formato: Animación.

Tema: Ciencia y tecnología

Público: Niños

Descripción:

Serie de animación que invita a niños y niñas a conocer los secretos del cuerpo humano junto a Mirko, un estrambótico científico, Rocio y Seba, quien viaja al interior del cuerpo humano y las células a bordo de un nano robot y develar los grandes misterios científicos del mundo microscópico, de la biología y la salud. En cada capítulo, Seba, guiado por Rocio y con el apoyo de la nanotecnología y el conocimiento científico de Mirko, enfrenta diversos desafíos y resuelven juntos numerosos problemas, como los ataques de bacterias, infecciones, virus, el funcionamiento del aparato digestivo, la contaminación del aire y los daños al sistema respiratorio, las consecuencias de la obesidad y la mala alimentación, el funcionamiento del sistema nervioso, la fotosíntesis, el funcionamiento de las células, la energía corporal y el acondicionamiento físico, la basura y el biogás, entre otros. En este primer episodio, Mirko, Rocio y Seba comienzan a explorar los secretos del cuerpo humano a bordo de su nano robot y descubren las bondades de la nueva tecnología.

Aprendizajes:

Los contenidos del programa permiten a niños y público en general desarrollar aprendizajes en el ámbito de las ciencias de la vida, la biología y la nanotecnología.

Conceptos relevantes

Nanotecnología, cuerpo humano, ciencias, conocimiento científico, biología, salud, mundo microscópico, robot, nano, célula, microbiología

Saber más

- http://www.cntv.cl/comenzaron-las-nano-aventuras-ciencia-y-biologia-renuevan-el-contenido-infantil-de-tvn/prontus_cntv/2014-06-18/114420.html
- <http://www.explora.cl/>
- <http://www.conicyt.cl/explora/>
- <http://www.ecbichile.cl/>
- <http://www.kokori.cl/>
- https://www.santotomas.cl/investigacion/proyectos_detalle/61/kokori-desarrollo-de-un-videojuego-para-la-ensenanza-de-biologia-celular

1. Actividades para realizar con el programa

Para facilitar la comprensión de los contenidos del audiovisual y lograr un mejor aprendizaje, se sugieren desarrollar las siguientes actividades junto con el visionado del programa:

Antes de ver el programa:

- Reflexionar y conversar al interior de la familia, la sala de clase, en comunidad, respecto a los conceptos clave y los conocimientos y experiencias previas en torno al tema de quienes verán el programa.
- En el caso de un taller o actividad educativa en la que se utilizará el programa audiovisual como recurso para el aprendizaje, presentar previamente el programa, algunos aspectos generales de éste, y luego clarifique el propósito del visionado. Identifique aquellos aspectos del programa y contenidos a los cuales se espera que las audiencias presten especial atención.

Mientras ven el programa:

- Ver el programa una primera vez para disfrutar del mismo y comprender globalmente su mensaje y sus contenidos.
- Para conversar y reflexionar contenidos específicos del programa, se sugiere ver nuevamente el mismo y detener el visionado en el o los momentos adecuados para permitir la conversación y discusión de algún punto presentado.

Después de ver el programa:

- Reconocer aprendizajes logrados con el visionado del programa. Identificar conceptos clave, reconocer valores y actitudes destacadas.
- Investigar para profundizar aprendizajes en alguna área descrita en el programa.

2. Educación en medios

Estas actividades tienen por objetivo despertar el sentido crítico y el visionado activo de los televidentes. Entre otras, este programa ofrece posibilidades de realizar actividades de análisis de:

Mensaje: Identificar y reconocer los mensajes transmitidos en el programa. Relacionar el mensaje transmitido en el programa con mensajes transmitidos en otros programas de televisión; comparar la intención y objetivo comunicacional de ambos. Identificar qué puntos de vista, intereses, formas o estilos de vida y/o culturas están representadas en el programa.

Recursos audiovisuales / Formato: Identificar el tipo de formato o género televisivo y establecer relaciones entre el formato escogido y el mensaje que se quiere comunicar. ¿Por qué creen se ha escogido este formato? Comentar y analizar el uso de recursos audiovisuales, como música, efectos, tomas y planos, locaciones, etc., para efectos del mensaje que se quiere comunicar.

Personajes y trama: Identificar las distintas historias, conflictos y personajes presentes en el programa y la relación entre éstos. También se puede trabajar la percepción de roles representados por los personajes. Ej. ¿Existe una relación entre el personaje y los roles masculino y femenino en la sociedad?

Propósito y autor del programa: ¿Cuál es el propósito comunicativo que persigue el programa? ¿Te fijaste quién lo hizo y/o lo habrán financiado? ¿Qué objetivos comunicativos persigue o pretende lograr quienes producen el programa?

Público: Identificar a quienes está dirigido el mensaje y valorar si es apropiado el programa para tal público u otros. ¿A quién se dirige el programa? ¿Por qué les gustó / no les gustó el programa? ¿Qué aspectos del programa llamaron la atención de la audiencia?



**Universidad
de Huelva**



Programa Interuniversitario de Comunicación

Línea 4: Educomunicación y alfabetización mediática (Media Literacy)

**Departamento de Educación
Universidad de Huelva, 2020**