



## **Algunos antecedentes de contexto para el desafío de una TV Educativa – Infantil**

De acuerdo a cifras del Consejo Nacional de Televisión los niños pueden consumir en promedio casi 4 horas de TV al día y, en televisión abierta, sólo un 7,6% de la programación total está enfocada en una audiencia infantil. En otras palabras, prácticamente la totalidad de los contenidos a los que se exponen no están diseñados para ellos. Aún más inquietante resulta la brecha de acceso que esta situación implica, donde son precisamente los niños de los quintiles más pobres, quienes menos acceso tienen a contenidos infantiles por tener menos acceso a la TV pagada. De esta forma son alrededor de 3.600.000 niños los que se exponen diariamente a varias horas de TV consumiendo programas pensados para otras audiencias (CNTV, 2015).

Más del 90% de los programas que hoy los niños ven son producidos fuera de Chile (CNTV, 2015), lo que cobra importancia evidente a la hora de explorar en qué medida los niños y niñas de distintos lugares de Chile pueden verse representados en pantalla. La televisión también juega un rol en la construcción de la identidad de los ciudadanos, y en particular de niños y niñas.

Es en este contexto donde se hace fundamental generar un “espacio público” donde las niñas y niños puedan acceder a contenidos de calidad, elaborados para ellos, pensados con un propósito educativo, en un sentido amplio. Persiguiendo ese fin, el Canal Cultural Educativo anunciado por la Presidenta en su discurso del 21 de Mayo se presenta como una oportunidad única para abordar esta deuda con las niñas y niños chilenos. Un canal público cultural y educativo es un tema en el que Chile presenta un retraso importante comparado con otros países de la región, e incluso con países más pobres que el nuestro en otros continentes. Así lo destaca la Dra. Maya Götz, Directora del Instituto Central Internacional para la Juventud y la Televisión Educativa, recordando que hay varios países del Sudeste Asiático que hace años vieron en la TV educativa una importante oportunidad.

En el plano sudamericano, países como Argentina, Colombia y México muestran un avance importante en este tema, con señales públicas educativas y/o culturales. Facundo Agrelo, Coordinador General de Contenidos de Canal PakaPaka, Argentina (canal público enfocado en niños) reconoce lo fundamental que ha sido el canal para reivindicar a los niños como “sujeto de derecho”. PakaPaka ha servido para fomentar en los niños argentinos el desarrollo de una base valórica, de bienes simbólicos, que antes estaba construida en base a realidades que no correspondían a la local. Compartiendo la experiencia argentina, Agrelo comenta que en algunos casos, producciones realizadas para el canal han servido de material de apoyo en las salas de clases ya que los docentes han descubierto que estas herramientas resultan más cercanas a los niños.

De modo consistente con estas experiencias, Jan-Willem Bult, Director del Área Infantil de la ONG Free Press Unlimited de Holanda, aboga por posicionar el rol de los niños y niñas en la televisión pública cultural y educativa, no subestimando la visión del público infantil, “un nuevo canal debe



entender al niño de hoy y no sólo apoyarlo a mejorar en matemáticas o lenguaje, sino también a entender su entorno, comprender y manejar sus emociones”, asegura.

El nuevo Canal Cultural Educativo representa una oportunidad ya que al no estar sujeto al financiamiento vía publicidad los estándares de calidad no dependerán exclusivamente de los índices de audiencia. Así, se podrán establecer lineamientos claros que velen por contenidos con sentido y que colaboren a la formación cultural y educativa de los ciudadanos de nuestro país.

### **Algunos antecedentes de la realidad nacional (basado en estudios del CNTV, 2015)**

- Entre todos los canales de TV abierta, la emisión de contenidos infantiles (hasta los 12 años) llega sólo a un 7,6% de la programación total. Si se excluye de esta medición a Telecanal y UCV (canales que no cuentan con cobertura nacional), la cifra llega a un 2,9% de la programación total.
- Un 95% de los contenidos infantiles emitidos por las señales nacionales provienen desde el extranjero. Esto implica que no exista un espacio donde las niñas y niños chilenos puedan verse retratados e interpretados, favoreciendo aspectos relacionados al desarrollo de una identidad nacional.
- El 60% de los padres y madres de niños menores de 13 años califica, en una escala de uno a 7, la programación en TV abierta con nota 4 o inferior.
- La principal razón para esta mala calificación (con un 41% de las respuestas) se debe a la ausencia de programas enfocados en sus hijos e hijas.
- Hoy, a pesar del ascenso en la penetración de la TV pagada, aún existen alrededor 3.600.000 niños que no tienen acceso a esos programas. Esta cifra se hace crítica en el quintil de más bajos ingresos, donde más del 50% de los niños sólo tiene acceso a la TV abierta y, por consiguiente, a muy poca programación diseñada para ellos. En este sentido, hay una evidente brecha social a nivel del acceso a la programación infantil. Mientras los niños de quintiles más pobres no cuentan con programación diseñada para ellos, los de quintiles más altos sí acceden a esos contenidos, vía televisión pagada.
- Ha aumentado el número de niños (entre 4 y 12 años) que consumen noticieros y telenovelas, incluso aquellas que se transmiten después de las 22 horas.
- Actualmente los niños están consumiendo al menos 2.5 horas de televisión diaria (TV abierta). Para los niños y niñas que tienen acceso a la TV pagada, esta cifra llega hasta las 3.7 horas (ambos hasta los 13 años).
- Si bien la programación diseñada para público preescolar promueve contenidos educativos y valóricos, el segmento de mayor edad (sobre 4 años) está expuesto a contenidos violentos y con actitudes disruptivas.
- Es necesario promover en la pantalla la representación de la diversidad de la infancia: en cada región existen distintos niños, niñas y adolescentes, cuyas expresividades también dan cuenta de la multiculturalidad del país.



### **Antecedentes en base a la experiencia comparada, Dra. Mata Götz, Alemania, Directora del Instituto Central Internacional para la Juventud y la Televisión Educativa**

- En promedio, en un hogar de estrato socioeconómico bajo, la TV está encendida 7.4 horas de diariamente.
- En hogares del sector socioeconómico alto este número de horas llega a 4.
- Los niños/as de familias de los quintiles más pobres de la población ven en promedio 4 horas de TV al día. Esta cifra aumenta en el segmento de los preescolares que ven más de 4.30 en promedio al día.
- El 94% del consumo de productos audiovisuales se da a través de la TV.
- En base a la cantidad de horas que los niños y niñas consumen actualmente televisión, esta se convierte, luego de la familia y la escuela, en el tercer agente de socialización durante la infancia.

\*CNTV, Oferta de programación y consumo de televisión infantil en Chile, 2015. Disponible en [http://www.cntv.cl/prontus\\_cntv/site/artic/20150923/asocfile/20150923182900/oferta\\_de\\_programacio\\_\\_n\\_y\\_consumo\\_de\\_televisio\\_\\_n\\_infantil\\_en\\_chile.pdf](http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20150923/asocfile/20150923182900/oferta_de_programacio__n_y_consumo_de_televisio__n_infantil_en_chile.pdf)