



CONSEJO NACIONAL DE TELEVISION

PROGRAMACIÓN CULTURAL: Las Nociones de Niños y Adolescentes

Estudio cualitativo

Departamento de Estudios 2011

Prologo

El Consejo Nacional de Televisión, reconociendo la enorme importancia de la televisión para el incremento y desarrollo de la cultura y el conocimiento, así como para la valoración del patrimonio y la identidad nacional, redefinió en octubre de 2009 la Norma Cultural que obliga a los canales a transmitir una hora de cultura a la semana.

Actualmente existe un proyecto de Ley en trámite en el Senado de la República, denominado Ley de Televisión Digital y que, entre otras cosas, aborda la Norma Cultural y la deseabilidad de aumentar el número de horas de exhibición de programas culturales a la semana por parte de los canales de televisión abierta.

Este estudio se propone entregar elementos de orientación respecto de lo que los niños y adolescentes, en su calidad de televidentes, conceptualizan y demandan respecto de los programas culturales. Complementa así uno de características similares, realizado entre televidentes adultos e informantes clave de la industria.

La cultura, la identidad nacional y en general la obra humana es dinámica, cambia, se renueva y si bien la globalización ha generado patrones comunes para entender y compartir valores culturales en todo el mundo, las nuevas tecnologías han generado también diversos canales de expresión individual y local.

Es en el contexto de este nuevo paradigma que, como institución reguladora y como parte de un país que se re- descubre críticamente a través de los medios de comunicación –y especialmente a través de la televisión- debemos reflexionar sobre los criterios que definen la programación cultural. Este es un ejercicio constante y por eso seguimos investigando para analizar las normas que nos rigen y posiblemente ampliarlas y flexibilizarlas a la luz de los tiempos.

Herman Chadwick Piñera

Presidente

INDICE

1. Introducción	4
2. Acceso a la televisión y nuevas tecnologías	5
3. Consumo y evaluación general de televisión abierta	6
Preferencias programáticas.....	7
Programación cultural	8
Noción de Programación cultural en Televisión	9
Visionado de programas culturales	10
Demandas de Programas Culturales.....	12
5. Conclusiones	14

1. Introducción

El presente estudio es de tipo cualitativo y exploratorio y se propone indagar acerca de la percepción de las audiencias infantiles y adolescentes respecto de los programas culturales en televisión.

Este estudio complementa otro del mismo carácter con televidentes adultos¹ al explorar las opiniones y visiones que tienen los telespectadores más jóvenes, para entender cómo se desarrollan las concepciones de cultura y programación cultural en televisión. Para este fin se focalizaron dos tramos de edad (11-13 años) y (16-17) y dos estratos socio- económicos medio-alto (C2) y bajo (DE), a fin de evidenciar eventuales diferencias entre estratos sociales en función de su experiencia de consumo televisivo, de otros medios y bienes culturales.

Objetivos específicos y Metodología

Según lo anterior, se definieron los siguientes objetivos específicos para este estudio:

- ✓ Explorar la forma como el público de niños entre 11 y 13 años y de adolescentes entre 15 y 17 años define la noción de programación cultural
- ✓ Explorar la forma como ambos segmentos evalúan la oferta de programas de la categoría, y las razones que dan forma a los argumentos en esta materia.

Se realizaron 8 grupos cualitativos bajo la segmentación por grupo socio- económico y edad, además de diferenciar los grupos de mujeres y hombres para conocer las posibles diferencias en las percepciones de los entrevistados en materia de programación cultural, a partir de los criterios que le dan forma a la muestra.

- 4 grupos de niños

GSE	11 a 13 años hombres	11 a 13 años mujeres
C2	1	1
D-E	1	1

- 4 grupos de adolescentes

GSE	15 a 17 años hombres	15 a 17 años mujeres
C2	1	1
D-E	1	1

1

http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20110519/asocfile/20110519115315/programacion_cultural_2010_estudio_cualitativo_.pdf

2. Acceso a la televisión y nuevas tecnologías

Como contexto general, se entregarán algunas cifras² relativas al acceso de aparatos televisivos, televisión pagada e internet en los hogares chilenos, a fin de poner en perspectiva la importancia de la televisión en la cotidianeidad de niños y adolescentes.

El primer hallazgo es que en los hogares hay más de un televisor –y a excepción del estrato de extrema pobreza- son menos los hogares con sólo un aparato televisivo. Esto demuestra el interés por la televisión por parte de las familias y de sus integrantes por contar con estos bienes.

Número de televisores por hogar 2008
(Fuente: Encuesta Nacional de Televisión CNTV 2008)

	% de hogares con..	Gse ABC1	Gse C2	Gse C3	Gse D	Gse E
1 televisor	21,2%	7,9%	12,2%	17,0%	27,1%	42,6%
2 televisores	38,6%	28,4%	36,9%	40,6%	41,0%	39,7%
3 televisores	24,7%	33,9%	28,5%	27,0%	21,3	12,9%
4 televisores	10,8%	20,4%	15,8%	10,1%	7,7%	3,6%
5 televisores o más	4,7%	9,4%	6,7%	5,2%	2,9%	1,1%

Si bien existen diferencias entre los hogares de distinto nivel socio- económico en cuanto al número de televisores, estas diferencias son más evidentes en relación al acceso a televisión de pago –cable o satélite- y particularmente a internet.

Cantidad de hogares con TV pagada 2008
(Fuente: Encuesta Nacional de Televisión CNTV 2008)

	Total	Gse ABC1	Gse C2	Gse C3	Gse D	Gse E
Hogares con TV pagada	43,3%	84,4%	63,4%	46,6%	24,9%	16,1%

Cantidad de hogares con conexión a Internet 2008
(Fuente: Estudio IGD 2004-2008³)

	Gse ABC1	Gse C2	Gse C3	Gse D
Hogares con conexión a Internet	95%	81%	58%	29%

² Datos de la Encuesta Nacional de Televisión 2008.

³ El estudio IGD es el estudio Índice Generación Digital, realizado por el portal Educarchile en conjunto con VTR y Adimark. Cubre el universo de los hogares ABC1, C2, C3 y D de los grandes centros urbanos del país, en los cuales haya al menos un estudiante entre 5º básico y 4º medio. (Para mayor información, véase http://mt.educarchile.cl/MT/jjbrunner/archives/IGD_2008.pdf).

Es importante destacar que estas diferencias de acceso a televisión abierta y pagada y a internet, no sólo tienen implicancias a nivel de consumo de televisión abierta, sino también -como se verá a continuación- a nivel de su evaluación. Ello, dado que en los estratos más altos existen más referentes a la hora de emitir juicios y opiniones respecto de la televisión.

3. Consumo y evaluación general de televisión abierta

A continuación se describen los principales resultados de los grupos focales realizados a niños, niñas y adolescentes.

Consistentemente con los datos de acceso a tecnologías de pantalla, tanto niños como adolescentes de estrato medio- alto, declaran un mayor consumo de televisión por cable e Internet como forma de esparcimiento y –en el caso de internet- para fines de comunicación con sus pares.

“llego del colegio, me cambio de polera y me meto al PC”

-“Juego on line”

-“MSM y Facebook”

-“Youtube”

(Niños C2)

Aparecen como un público muy leal a la televisión de pago, un medio que declaran consumir de manera bastante intensiva, mencionando y comentando una cantidad significativa de señales y programas.

“veo comedias en el Warner Brothers, Two and a Half man”

-“Doctor House”

(Adolescentes C2)

Este hecho es relevante, ya que claramente la televisión pagada se posiciona como el referente televisivo para este grupo, y en relación al cual observan y evalúan la televisión abierta. Y es precisamente desde esta comparación que los niños y adolescentes expresan opiniones muy críticas acerca de esta última.

*“salen muchas cosas distintas al mismo tiempo. Si a uno no le gusta algo,
Cambia de canal y sale otra cosa distinta”
(Adolescente C2)*

*“La tele chilena es súper mala y fome”
(Niña C2)*

En el segmento de nivel socio económico bajo en cambio, las referencias a la televisión pagada son marginales. Esto no deriva en una opinión particularmente positiva de la televisión abierta, pero el medio tampoco es objeto de fuertes críticas.

Aunque los entrevistados no lo plantean en forma explícita, lo que parece ocurrir en este caso es que al tratarse de una población con poca libertad para salir fuera del hogar los días de semana - en razón de su edad- y con escasas alternativas de esparcimiento en sus hogares, consumen más televisión abierta y además valoran muy positivamente esta posibilidad de distracción.

A diferencia de los niños, los adolescentes afirman tener actividades de esparcimiento más variadas, tanto dentro como fuera del hogar y además más libertad que los niños entre 11 y 13 años para salir durante los días de semana. Estos dos factores inciden en su consumo televisivo ya que, su posibilidad de salir al mundo les permite a la vez, más alternativas de acceso a medios. Esto implica que las expectativas y demandas hacia la televisión abierta son más diversificadas y el rol de la televisión pasa a ser menos relevante que en el caso de los niños.

Adicionalmente, los adolescentes reportan ver también programas de noticias -especialmente el segmento C2- y declaran un mayor interés que los niños por los programas juveniles tales como *Calle 7* o *Yingo*⁴, en particular los adolescentes de estrato bajo.

Preferencias programáticas

En términos generales, los niños y adolescentes de ambos segmentos sociales estudiados dan cuenta de una búsqueda de los siguientes elementos o atributos:

HUMOR - ACCIÓN - AVENTURA - SUSPENSO -MISTERIO

Como preferencias comunes al conjunto de niños y niñas aparecen las teleseries nocturnas y la serie *Los Simpson*. En este último caso, uno de los elementos que más convoca a este público es la figura de Homero Simpson, por su humor transgresor en la imagen de un padre que no responde a los patrones tradicionales.

“Los Simpson son bacanes, el papá hace puras tonteras” (Niño C2)

Sin embargo, se observan diferencias importantes en las preferencias televisivas de niños y niñas.

Los niños -especialmente aquellos pertenecientes a los sectores más vulnerables- prefieren programas con mayor contenido de violencia tales como guerras, combates, o temas policiales. Mencionan programas tales como *133 Atrapados Por La Realidad*⁵, *Mea Culpa*⁶ y programas de lucha libre. También declaran ver programas de deporte (en particular fútbol) y, en menor medida, programas juveniles (por ejemplo *Calle 7*⁷) y de adultos (por ejemplo *Morandé con Compañía*⁸).

⁴ Programa juvenil misceláneo, transmitido por Chilevisión desde el 2007, en el que un grupo de jóvenes participan en distintas secciones, tales como concursos de baile, canto, cámaras indiscretas, humor, entre otras.

⁵ *Docu-reality* policial transmitido por Mega desde el 2007, en el que una cámara acompaña a una patrulla de Carabineros en su recorrido por distintas calles de Santiago. Se trata de la versión chilena del programa estadounidense *Cops*.

⁶ Docu-drama transmitido por TVN en el cual se recrean crímenes que han conmocionado la opinión pública.

⁷ Programa juvenil transmitido por TVN desde el 2009, en el que un grupo de jóvenes deben participar en distintas pruebas con el fin de no ser eliminados y poder ganar un gran premio final.

⁸ *Morandé con Compañía* es un programa de variedades y humor de tono revisteril, picaresco, dirigido a público adulto. Se transmite por el canal Mega desde 2001.

Programación cultural – Consejo Nacional de Televisión

En el segmento de niños de estrato medio- alto, en el cual, como se mencionara, tienen mayor acceso a televisión por cable, las preferencias se orientan a señales dirigidas a un público infantil y familiar tales como *Cartoon Network*, *Discovery Kids*, *History Channel*, *MTV*, *Animal Planet*, *Padre de Familia*, y *Cazadores de Mitos*. En este contexto, la noción de programa cultural o educativo emerge de manera breve pero espontánea en la conversación, en comparación con el espacio escolar y destacando la diferencia con éste, que radica en la entretención.

(En '*Animal Planet*') *"Enseñan lo mismo que en el colegio, pero de manera entretenida, con imágenes"*
(Niño C2)

Las niñas por otro lado, hacen referencia a su gusto por el suspenso pero más vinculado a la intriga. También evidencian atracción por programas de la vida real o ficcionados de tipo dramático que realzan las subjetividades y las relaciones personales.

"Me gusta cuando hablan de las vidas de las personas, alcohólicos, drogadictos, personas que se operan"
(Niña C2)

De ahí sus preferencias por las telenovelas, los '*realities*' y programas de tipo "docu-drama" como '*El día menos pensado*'⁹ y reportajes.

"esos donde dan reportajes sobre los ciber acosadores, sobre enfermedades"
(Niña D)

Algunas niñas conocen y describen asimismo, programas denominados 'de farándula' tales como *Alfombra Roja*¹⁰ y *Primer Plano*¹¹ lo que indica curiosidad e interés por conocer más de cerca el mundo de los famosos. En el grupo con acceso a televisión de pago, las niñas declaran ver canales juveniles y de cine y series: se mencionan especialmente *MTV*, películas en general, *Animal Planet*, *Tila Tequila*, *Full Metal Alchemist*, *South Park*, y dibujos animados.

Programación cultural

Un primer hallazgo de este estudio es que el concepto "programación cultural" no aparece mencionado en forma espontánea entre los niños, como algo distintivo de su preferencia televisiva ya sea como género o como temática. Sin embargo, como queda de manifiesto en el apartado anterior, gran parte de los programas que son de su interés, podrían ser catalogados como culturales.

Al inducir la pregunta sobre programas culturales, aparece como primera referencia, programación cuyo contenido principal es la vida animal. Podemos hipotetizar que esto se debe a

⁹ Programa transmitido por TVN que pertenece al género docudrama, en el cual se recrean experiencias paranormales. Su formato es similar al de *Mea Culpa*.

¹⁰ Programa transmitido diariamente por UC-TV, perteneciente al género magazine de variedades, con espacios de conversación, humor y espectáculos.

¹¹ Programa estelar de conversación de farándula transmitido por Chilevisión, que tiene por finalidad cubrir diversos hechos vinculados al mundo del espectáculo.

Programación cultural – Consejo Nacional de Televisión

que existe una oferta más visible al respecto para el telespectador joven. Los niños y adolescentes asocian como contenido cultural, la información que entregan estos programas sobre los animales domésticos y salvajes. Así, argumentan, en un segundo momento, que lo distintivo de un programa cultural es la posibilidad de conocer y entender un fenómeno, a través de la pantalla televisiva. Es a través del ejemplo de la vida silvestre que la asociación se generaliza a otros contenidos televisivos.

“(History Channel o Discovery) porque en esos canales explican cómo hacen cosas, supervivencia”

(Niño, C2)

“La Ley de la Selva es cultural porque te enseña a combatir las arañas de rincón, es para proteger la naturaleza”

(Adolescente D-E)

Los adolescentes, con un nivel mayor de abstracción, identifican más claramente lo cultural con lo que enseña. Es decir, queda introducida aquí la noción de permanencia, de un saber cuyo valor trasciende la contingencia y que, implícitamente, aporta capital cultural.

“La Ruta del Sahara, graban la cultura de otras gentes y uno aprende”

(Adolescente DE)

Noción de Programación cultural en Televisión

En congruencia con lo anterior, lo cultural es equivalente a educativo, una noción de programación cultural en el plano del saber, algunas veces, cercano a su experiencia en la educación formal.

“Los programas culturales sirven para no ser ignorante

- ¡pero pa’eso está el colegio!

- no, en el colegio es distinto”

(Niñas C2)

Adicionalmente, entre los niños de estrato bajo se identifica como educativo-cultural, aquel contenido televisivo asociado a un aprendizaje que les sirve en su cotidianidad más directa y –de modo más amplio– en su proceso de socialización y que aportan, a través de ejemplos, a una vida armoniosa, sana y con valores.

(En ‘La Ley de la Selva’) “dan información sobre animales, enseñan a cuidarlos”

(Niña D-E)

“El deporte puede ser programación cultural porque hay mucha gente que no hace deporte, y si ven tele a lo mejor les dan ganas de hacer”

(Adolescente D-E)

“uno alega porque no valora las cosas que nos dan... pero yo vi un programa... un niño en África que con un par de zapatos es feliz para toda la vida”

(Niño C2)

Programación cultural – Consejo Nacional de Televisión

En este plano algunos programas resultan especialmente cercanos a los niños y adolescentes de sectores sociales vulnerables y que muchas veces identifican contenidos que representan su propia realidad. Se mencionan programas de corte policial en el que se exhiben conflictos familiares o sociales y sus repercusiones, lo que le otorga a los programas un carácter de “utilidad”.

“Sirven para no estafar y que a uno no lo estafen”
(Niño D-E)

“Por ejemplo los programas de cárceles son culturales porque cuentan la historia de ellos, cómo cayeron, cómo comenzaron su vida delictual, y uno que es joven puede caer en esos mismos pasos”
(Adolescente D-E)

“Cuando los vemos en la casa conversamos sobre lo que está bien y lo que está mal”
(Adolescente D-E)

El tema de la identidad cultural no aparece espontáneamente entre los niños de menor edad y sólo en el contexto de la discusión, es abordada más bien por los niños de estrato medio-alto, en referencia a programas televisivos que muestran aspectos culturales de nuestro país.

“Son programas que hablan de las culturas de otra gente”
(Niño C2)

“Son pa’cachar en que país estai”
(Niña C2)

“Programas que hablan sobre Chile”
(Niña C2)

Los adolescentes de mayor nivel socioeconómico identifican una noción de cultura con un mayor nivel de abstracción, desde la perspectiva de las tradiciones y los estilos de vida y aludiendo más explícitamente a la obra humana en general.

“Cuando se rescata lo que es el chileno, su esencia”
-*“La tradición es cultura”*
-*“Cultura es lo que hace una sociedad”*
(Adolescentes C2)

Los adolescentes de estrato bajo tienden a relacionar la identidad cultural a la expresión de sus vivencias más directas, a los códigos propios y a los distintos estilos de vida.

“Cuando (en programas musicales) dan la letra de una canción que muestra la vida de uno”
(Adolescente D-E)

Visionado de programas culturales

Como se ha mencionado anteriormente, el consumo de programas culturales en televisión abierta aparece de forma muy marginal entre los niños y adolescentes. Lo anterior por dos motivos: por un lado consideran que la oferta de programas ‘que enseñan’ es muy escasa –al menos en la televisión abierta-; y por otro lado, no tienen una buena evaluación general respecto de los programas reconocidos como culturales en términos de captar su atención y curiosidad.

Programación cultural – Consejo Nacional de Televisión

Opinan que los programas culturales –de televisión abierta- en general no son de su interés y se orientan a un público adulto. Como razones de esto, aducen que estos programas no son entretenidos, contienen mucho relato, una imagen poco atractiva y poca acción:

“Hablan como 30 minutos y uno se aburre, en vez de irse a la escena central, a la acción”
(Niño D-E)

“Es que uno busca programas más entretenidos, estos programas como que no llaman la atención”
(Niña D-E)

“Cuando muestran cómo duermen, cómo toman desayuno, y empiezan a decirte cómo hacen la sopa, a nadie le interesa lo de la sopa”
(Niña C2)

“El que los ve es un cuarentón”
(Adolescente C2)

“Es para estudiosos”
(Adolescente C2)

Ante la indagación explícita, y a lo largo de la conversación, los niños identifican programas de televisión abierta que han captado su atención, tales como la serie *Las Rutas*¹² -*la ruta de la seda, la ruta del Nilo, la ruta del Sahara*- y los espacios de *La Cultura Entretenida*¹³. Los adolescentes agregan a esta ejemplificación de programas más interesantes, la serie *Héroes*¹⁴ de tipo histórico.

Son precisamente los “ingredientes” de humor y/o acción, aventura, suspenso y misterio las que los atraen de los programas que ven (o al menos en algunos de sus capítulos), y que en este caso se relacionan con la noción de lo “extra-ordinario” -es decir, lo que se desmarca de la realidad que conocen -y que contienen además elementos de cierto dramatismo.

“Que enseñen, pero a la vez sean divertidos”
-“sí, que sea chistoso”
(Niñas C2)

“Cuando van a África y atrapan a los animales”
(Niño C2)

Programas como *Tierra Adentro*¹⁵ o bien *Frutos del País*¹⁶ son mencionados, especialmente en los grupos de estrato bajo, quienes refieren haberlos visto con los padres u otros familiares, debido a preferencias de los adultos y no por selección propia.

La programación que se considera cultural es evaluada de forma muy diferente entre quienes tienen acceso a televisión pagada. Si para la televisión abierta, la categoría “cultural” se asocia sólo

¹² Serie de documentales producida y transmitida por TVN, en la cual se muestra la flora, fauna y cultura de distintas zonas del mundo.

¹³ Contenedor de documentales y reportajes de TVN, con contenidos relativos a las artes y las ciencias en general.

¹⁴ Telefilmes históricos que recrean la vida de distintos personajes relevantes en la historia de Chile, enmarcada dentro del Proyecto Bicentenario de Canal 13. La serie se exhibió durante el 2007, siendo repetida el 2009 y 2010.

¹⁵ Programa de reportajes de Mega sobre las bellezas naturales de Chile y su cultura, con tradiciones de diversas localidades.

¹⁶ Espacio de reportajes de TVN. En él se muestran diversos parajes de Chile, rescatando historias anónimas y presentando tradiciones, mitos, leyendas y costumbres de distintas zonas del país.

Programación cultural – Consejo Nacional de Televisión

excepcionalmente a la entretención y al interés juvenil, en la televisión de pago esta es más bien la norma.

Se hace referencia a algunas señales como *Animal Planet* e *History Channel* y se identifica especialmente el programa *'Cazadores de Mitos'*. Desde esta misma perspectiva, las referencias a programas de la serie *Las Rutas* tienen mayor convocatoria cuando presentan estilos de vida, costumbres y paisajes extremadamente lejanos a los nuestros y que resultan sorprendentes.

"Animales con dos cabezas"

(Niño C2)

"Historias de tumores, maltrato, cuando los salvan"

(Niño D-E)

"Una vez en el History Channel agarraban al hombre más alto del mundo, el hombre árbol, cosas que uno no ve nunca y que interesan"

(Adolescente C2)

"Animal Planet es mucho más entretenido que La ley de la Selva, en La ley de la selva se dedican a puro rescatar gatitos de los árboles y cosas así"

(Adolescente C2)

Demandas de Programas Culturales

Los televidentes de corta edad formulan demandas hacia programas culturales –si bien no forma parte de sus principales exigencias hacia la parrilla televisiva–.

Tal como se mencionara anteriormente, la cultura en televisión pero en general, los bienes culturales, se miran desde cierta distancia, en un primer momento. La cultura se asocia a un bien aspiracional pero que a ellos no los toca tan directamente. Opinan que los programas culturales más bien están dirigidos a una elite con un cierto "nivel cultural".

"Es para la gente con plata, necesitan cultura para relacionarse con las personas que conocen"

(Adolescente D-E)

"Es alguien que ya tiene una base cultural"

(Adolescente C2)

Se evidencia así una paradoja. La noción de programa cultural parece algo ajeno en un primer momento, pero luego, siguiendo la línea argumental de los niños y adolescentes en el sentido de un programa que permita conocer y aprender, este tipo de programas cobra relevancia y despierta su interés. Y este interés abarca una variada gama de temas, desde cotidiano hasta lo extraordinario puede estimular su gusto por descubrir y aprender.

"Choques de átomos"

(Niño C2)

"San Fermín, cuando los toros persiguen a la gente"

(Niña D-E)

"Programas de restaurantes y calles de París"

(Niña C2)

Programación cultural – Consejo Nacional de Televisión

*“Un programa que cuente la historia de un músico”
(Niño C2)*

*“Cómo tratar a un animal”
(Niña D-E)*

*“conocer lugares a los que uno no puede viajar”
(Adolescente D-E)*

Los niños y adolescentes de estrato bajo formulan asimismo una demanda que es general a la televisión pero que aparece más explícita al hablar de cultura e identidad. Quieren que la televisión los visibilice. No se trata sólo de verse representados en la televisión –algo que ha sido una crítica y una demanda cristalizada por los televidentes de estrato bajo en general- sino un llamado a mostrar la diversidad y complejidad de su vida social y sus distintas expresiones.

-“Que muestren las diferencias entre los colegios de los pobres y los ricos”

-“Más respeto para los pokemones y los flaites”

-“Que muestren por ejemplo como en Peñalolén los jóvenes fabricaron ellos mismos rampas para bicicletas”

*“Siempre muestran lo malo no más. Nosotros sacamos el puntaje más alto en Peñalolén en el SIMCE”
(Adolescentes D-E)*

Finalmente, el tratamiento audiovisual ha de ser llamativo, con buena calidad de imagen, color y buenos recursos audiovisuales.

*“Un capítulo divertido de ‘La Cultura Entretenida’, sobre dinosaurios, eran personas que estaban adentro de los animales las que contaban la historia”
(Niña D-E)*

*“Tendrían que tener imágenes y escenas buenas. Que rompan la estructura de la persona que está mucho rato contando la historia en vez de... verlo.
-es tedioso, debería darse otra perspectiva. Una imagen vale más que mil palabras”
(Adolescente C2)*

5. Conclusiones

Un primer hallazgo de este estudio es la dificultad para abordar el tema de la programación cultural en televisión con niños y adolescentes. **No es un tema sobre el cual exista una elaboración previa** o una demanda cristalizada hacia la televisión. Esta es una primera dificultad al indagar sobre estas materias, pero que se puede remontar porque estos televidentes de corta edad consumen programas que ellos mismos consideran culturales y que identifican en la televisión, principalmente en la televisión pagada.

Para quienes han tenido oportunidad de ver señales de televisión de pago –o tienen acceso al sistema en sus hogares- **la programación cultural de las señales de cable o satélite son el referente** para evaluar la programación cultural en televisión abierta.

Una segunda dificultad para indagar sobre programación cultural es la relativa **“mala fama”** de estos programas, en particular en la televisión abierta. Los niños y adolescentes manifiestan una distancia respecto de programas cuyos contenidos y formatos asocian al interés adulto y no al propio, por lo cual, muchas veces su experiencia de consumo televisivo de estos programas se debe a un visionado familiar sintonizado por otros miembros de la familia.

Se puede concluir por tanto que la programación cultural en sí misma –básicamente referida a la televisión abierta- no tiene la capacidad de generar una disposición positiva ni de desarrollar esta sensibilidad entre los televidentes más jóvenes.

La **noción** de cultura en televisión de niños y adolescentes está asociada al aprendizaje. Lo que enseña es cultural y viceversa. Y los jóvenes en esta etapa quieren conocer y aprender.

Los contenidos más atractivos y que aparecen más nítidamente en su discurso, formulados asimismo como **demandas**, son:

- Contenidos atractivos sobre experiencias y **fenómenos extraordinarios** y de alguna forma, lejanos a su realidad.
- Contenidos que problematizan el **curso normal de la vida**, tales como las relaciones sociales o el cuidado de mascotas.
- Contenidos que sirvan a la **construcción de nuestra identidad** como país.
- Para niños y adolescentes de estrato bajo, los contenidos de su interés son los que problematizan la convivencia y sus conflictos, a los cuales le asignan un valor instrumental en el plano de la integración social y la reflexión moral. Asimismo, demandan contenidos que visibilicen diversas manifestaciones de su realidad social, particularmente las conductas y fenómenos sociales propositivos que van desde su comportamiento cívico hasta sus expresiones artísticas y tribus urbanas.
- La demanda de programas culturales se expresa también en el formato de los mismos. Esperan que estos programas sean entretenidos y con **formatos atractivos** tanto en su ritmo narrativo como audiovisualmente.

Finalmente, los resultados de este estudio plantean **desafíos** interesantes para una programación de interés cultural de televisión abierta:

- En primer lugar, **superar el “estigma”** y prejuicio que inhibe fuertemente el visionado de este tipo de programas, lo que podría abordarse incorporando en la programación cultural elementos de entretención, sintonizando así de mejor manera con las demandas de las audiencias.
- En segundo lugar, **visibilizar nuestro país en su complejidad** –y para los niños y adolescente de estratos bajos- visibilizar la diversidad de los sectores sociales más vulnerables. Para ellos es muy relevante verse representados en televisión de acuerdo a lo que ellos perciben como su verdadera identidad.