

Oral

Tesina

La televisión pública como democratizadora del consumo cultural en Mendoza

Public television as a democratizer of cultural consumption in Mendoza

Marina Mateos

Facultad de Periodismo, Universidad Juan Agustín Maza, Mendoza, Argentina. Mendoza. Argentina

Contacto: marina.mateosd@gmail.com

Palabras clave: Cultura; Televisión Pública; Consumo Cultural

Key Words: Culture; Public Television; Cultural Consumption

Introducción: en este trabajo se abordó la potencialidad de los canales de televisión de servicio público gestionados por el Estado de ampliar y diversificar la posibilidad de consumo de bienes culturales por parte de un mayor número de personas. Teniendo en cuenta el importante lugar que ocupa la televisión aún en la actualidad, la presente investigación analiza si una televisión que funcione con una lógica diferente a la impuesta por el mercado y que difunda otro tipo de contenidos puede acercar a las personas a nuevas experiencias culturales y nuevos conocimientos que no consumirían por otros canales.

Objetivos: comparar las características de la programación de los canales de televisión públicos y comerciales. Conocer las prácticas de consumo cultural de un grupo de residentes del Gran Mendoza. Analizar la relación entre el contenido de las grillas programáticas de los canales de televisión públicos y las posibilidades de mayores y más diversos consumos culturales para la población que mira dichos contenidos.

Metodología: se implementó una triangulación de métodos de recolección de datos. Se aplicó una encuesta a 150 sujetos voluntarios residentes en el Gran Mendoza con el fin de conocer sus prácticas de consumo cultural y su relación con la televisión de servicio público. En segundo lugar, se implementó un análisis de contenido de cinco canales de televisión que se emiten en el Gran Mendoza. Se seleccionaron tres canales públicos y dos canales comerciales. Se analizó la programación emitida por cada uno de los canales el día jueves 8 de septiembre de 2016 y el día domingo 2 de octubre de 2016.

Resultados: hemos evidenciado que la televisión pública es una opción verdaderamente diferente para la audiencia. Al no recibir influencias directas del mercado, puede construir su propia agenda y elegir los contenidos que se transmiten a partir de criterios diferentes a los que rigen a los medios comerciales. Su programación no está destinada a captar la atención de un público masivo y homogéneo, sino que por el contrario sus contenidos ponen de manifiesto la heterogeneidad

de la sociedad a la que se dirigen. Busca abrir espacios de reflexión crítica a través del abordaje en profundidad de diversas temáticas y de opiniones plurales sobre las mismas. Los contenidos de los medios públicos tienen valor cultural y educativo. Del grupo de encuestados que no ha alcanzado a ingresar a un nivel de estudios universitario o terciario y que no realiza actividades culturales con regularidad, un 56% mira periódicamente los contenidos de alguno de los canales de televisión públicos.

Discusión: quedan por responder cuestiones relacionadas con el futuro de la televisión pública, así como también sobre el futuro de la misma televisión en tanto medio de comunicación masivo. Se sugieren futuras investigaciones para indagar en profundidad las prácticas de consumo de bienes culturales en la provincia de Mendoza. Aunque el presente trabajo se enfoca en los aspectos positivos de la televisión pública en cuanto a los contenidos que difunde, se sugiere profundizar el análisis en relación a la dependencia de estos espacios de los poderes políticos, tema no abordado en esta investigación.

Conclusión: se concluye que la televisión pública gestionada por el Estado contribuye a que el consumo cultural sea más amplio y equitativo, ofreciendo de manera gratuita programas de calidad que abordan diversos aspectos de las producciones culturales locales, nacionales, latinoamericanas y del resto del mundo.