

Universidad de Lima
Facultad de Comunicación
Carrera de Comunicación



“DISEÑO Y PRODUCCIÓN DE UN CANAL DE TV EN LÍNEA PARA EL MINISTERIO DE CULTURA.”

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título Profesional de Licenciado en
Comunicación

Rafael Carlos Garcia Vivar

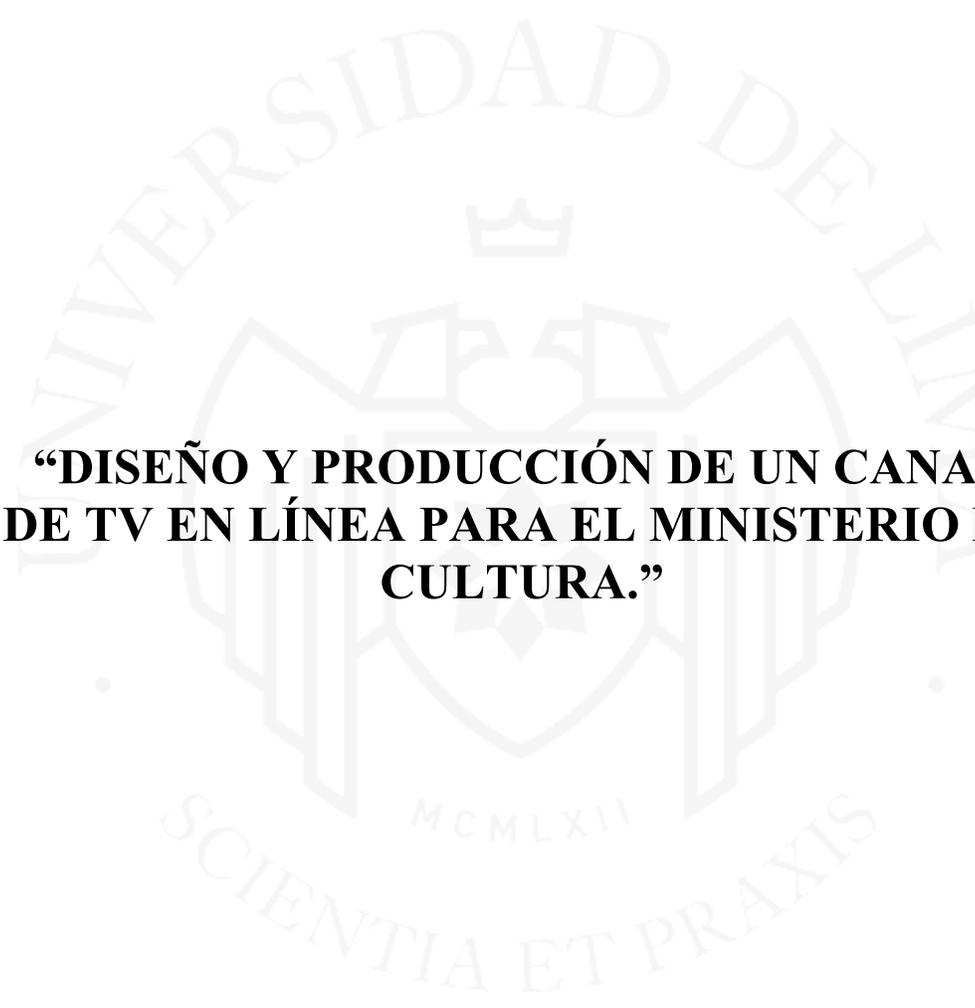
Código 19821460

Asesor

Alberto Uladislao Arévalo del Águila

Lima – Perú
Octubre de 2021





**“DISEÑO Y PRODUCCIÓN DE UN CANAL
DE TV EN LÍNEA PARA EL MINISTERIO DE
CULTURA.”**

ÍNDICE

RESUMEN	5.
INTRODUCCIÓN	7.
1. EXPERIENCIA PROFESIONAL	9.
1.1 ¿Cuándo se empieza a ser profesional?	9.
1.2 ¡Egresé! ¡¿Y ahora?!	9.
1.3 I will survive	10.
1.4 Un chico de televisión	10.
1.5 Enseñar en una universidad secuestrada	11.
1.6 Re-aprendiendo a contar historias	11.
1.7 La docencia, siempre la docencia	12.
1.8 Trabajo, más trabajo	12.
1.9 Otras rutas profesionales	12.
1.10 Representar al país	13.
1.11 Un canal de TV en línea	13.
2. COMPETENCIAS PROFESIONALES	15.
2.1 Antecedentes históricos.	15.
2.2 Contenidos audiovisuales en línea	20.
2.3 Distribución de contenidos	22.
2.4 Aspectos técnicos en el manejo del canal	27.
2.5 Integración de video y web	34.
3. REFLEXIONES PROFESIONALES	38.
3.1 Evolución de la Propuesta del Canal: Los Nuevos Retos	38.
3.2 Programación	39.
3.3 Ajustes y desajustes	41.
3.4 Conclusiones	47.
REFERENCIAS	50.
ANEXOS	51.

Resumen

El canal de TV en línea del Ministerio de Cultura cultura24.tv, es una plataforma de distribución de contenido audiovisual especializado en arte y cultura en red. Su funcionamiento se basa en la convergencia digital de dos lenguajes: el televisivo y el de la internet, que replantean la manera en la que se entrega contenido audiovisual a la audiencia. El presente trabajo revisa de manera descriptiva el funcionamiento desde la etapa del proyecto, mostrando el proceso de desarrollo de un canal de TV en línea y explicando las diversas etapas y componentes que tiene y que pueden ser útiles para el desarrollo de iniciativas similares.

Palabras clave: TV en línea, plataforma, distribución de contenido, convergencia, contenido audiovisual especializado.



Abstract

The Ministry of Culture's online TV channel, cultura24.tv, is a platform destined for the distribution of audiovisual content specialized in art and culture via web. Its way of operation is based on the digital convergence of two languages: the television and the internet, furthermore proposing a new perspective on the way in which audiovisuals are delivered to the audience. In this document you will find a descriptive review of the operation, starting from the project stage, showing the development process of an online TV channel and finally explaining the various components and stages that it has, contributing to the development of similar initiatives.

Keywords: Online TV, platform, content distribution, convergence, specialized audiovisual content.



INTRODUCCIÓN

Ser productor audiovisual en el Perú es adentrarse en un camino zigzagueante, lleno de curvas hechas por otros, que representan los cambios que debes hacer en busca de la excelencia, de la historia bien contada, la imagen lograda, el público satisfecho. Pero, si a eso le agregas ser productor de un canal en un medio inicialmente casi desconocido, probablemente los zigzag los tendrás que inventar tú. Esa supuesta desventaja, ese adentrarte en territorio enemigo, puede llegar a convertirse en una ventaja.

Ser uno de los primeros en algo tiene esa particularidad exploratoria de aquellos que deben ir adelante, aprendiendo en el camino, gozando o sufriendo en cada etapa, pero consiguiendo esa experiencia necesaria para dejar algunas curvas marcadas para los demás, para esos otros, que seguramente lo hagan mejor que tú, pero a quienes, de algo les servirá el camino que hiciste.

Un día del verano del 2011 estaba poniendo el punto final al guion de una miniserie cuando recibí una llamada. La persona al otro lado de la línea me invitaba a una reunión para conversar sobre un posible trabajo. La idea sonaba interesante, era un contrato de tres meses para levantar el proyecto de un mini espacio audiovisual en línea y luego dejárselo a los responsables de esa acción para que ellos evalúen sus posibilidades a futuro. Más de diez años después, ese trabajo de tres meses se ha convertido en una razón de ser para mí.

Cultura24.tv es un canal de TV en línea que pertenece a la Dirección de Artes del Ministerio de Cultura y es el principal medio de comunicación en WEB del país dedicado a la producción y distribución de contenido audiovisual especializado en arte y cultura. No es el único, por supuesto, de hecho algunos canales de TV de señal abierta o de cable en el Perú también dedican sus esfuerzos a la difusión de contenidos similares, pero como parte de su extensa programación, a diferencia de nuestro canal, que durante las veinticuatro horas, los 365 días del año distribuye el mencionado contenido.

Configurar un medio de comunicación es un proceso exigente y complejo. Su enfoque, perfil, contenido, imagen, entre otros aspectos, deben ser pensados con cuidado, más aun cuando se representa al Estado Peruano, y se vincula con artistas y personas cuya principal herramienta de trabajo es su sensibilidad.

En el presente trabajo se propone describir en la mayor extensión del mismo, las actividades que han permitido la consolidación de este medio, pero también me he propuesto explicar la importante cantidad de acciones que se requieren realizar para

levantar una programación regular que mantenga el interés del público y contribuya al crecimiento de este mediante materiales que respondan a su demanda por la oferta artística y cultural producida en video, expresamente distribuida en línea.

En la parte final del presente trabajo se planteará el canal del futuro, aquel que queremos ser y las acciones que queremos llevar a cabo para lograr ese cometido.

Siendo el responsable del canal cultura24.tv no me queda sino agradecer a todas las personas que contribuyeron y siguen contribuyendo a su consolidación.



1. EXPERIENCIA PROFESIONAL

1.1. ¿Cuándo se empieza a ser profesional?

Preparando este texto repaso mi trayectoria profesional y recordé algo en lo que vengo pensando hace tiempo: en esta especialidad es un tanto difícil establecer cuando te conviertes en profesional. Aunque mi egreso oficial de la Facultad de Ciencias de la Comunicación ocurre a inicios de la década del 90, mi experiencia pre-profesional había empezado algunos años antes cuando fui convocado como ayudante de los grupos de realización de la universidad y también me había convertido en el primer practicante del CECOM, el centro de servicios de comunicación de la Facultad, en el que ayudaba a su director, Manuel Benavides, a organizar las actividades que requerían equipamiento de realización audiovisual sea fijo, como cabinas de audio, salas de edición, moviolas o el estudio de TV; o móvil, con los módulos que incluían las cámaras de cine o video, así como trípodes, luces, micrófonos, entre otros. Este rol se fue ampliando poco a poco, debido a que se diseñó el primer sistema de practicantes, que en esencia éramos los responsables del equipamiento de la Facultad y acompañaban a los grupos de alumnos durante las prácticas que se realizaban tanto dentro como fuera de la universidad.

Si bien lo anterior se puede considerar prácticas pre-profesionales, en paralelo a esas actividades, fuera de la universidad también realizaba trabajo profesional. Una de las primeras actividades a la que me dediqué fue a la asistencia de sonido y microfonista, mi segundo trabajo profesional, cuando aún era alumno de la Facultad fue en el largometraje *Caídos del Cielo*, de Francisco Lombardi, a partir de ahí, parecía lógica y natural una especialización profesional como sonidista, de hecho, durante algunos años realicé trabajo de sonidista en películas, series y telenovelas, acumulando experiencia e integrándome al gremio audiovisual.

1.2. ¡Egresé! ¡¿Y ahora?!

En paralelo a una incipiente carrera de sonidista y ya en mi primer año de egresado realizaba labores de jefe de prácticas en los cursos de Taller de TV, con Fernando Samillán y Antropología con María Rosa Salas, lo que parecía conducirme inequívocamente a desarrollar una carrera docente, como tantos compañeros de esos tiempos, que incluso hoy siguen siendo docentes en la Facultad. Sin embargo, para mí era muy necesario seguir realizando trabajo profesional, porque mis inquietudes estaban en la práctica audiovisual, tanto cinematográfica como televisiva, y eso hice como

sonidista primero y luego en diversas acciones de realización audiovisual, vinculándome con uno de los colectivos cinematográficos trascendentales del país: el grupo Chaski, al que me integré como sonidista y montajista. Gracias a esto participé en mi segundo largometraje: “La Lengua de los Zorros”, dirigida por Federico García, película coproducida por su empresa Kuntur y Chaski, en el que sería el último largometraje de la etapa más importante del emblemático colectivo cuya producción ha sido fundamental para el cine peruano.

1.3. I will survive

Sin embargo, eran los años de una grave crisis económica y la actividad cinematográfica decrecía fuertemente hasta que es derogada la ley 19327, conocida como Ley del Fomento de la Industria Cinematográfica y con esa derogatoria, se crea un punto de quiebre en la producción cinematográfica, dejándonos poco margen de maniobra a los egresados de la carrera y obligándonos a reorientarnos a la TV.

Eran tiempos duros, de supervivencia, de pasar de un trabajo a otro, de proyectos que no se hacían o se hacían, pero no llegaban a pantalla alguna, y en medio de la crisis, parecía muy difícil salir adelante, gran parte de mis compañeros de carrera y amigos habían salido del país en busca de un mejor futuro, otros habían dejado atrás sus esperanzas y cambiaron de profesión o reorientaron sus sueños.

Había logrado participar en un largometraje más, el último como parte de un equipo de sonido: “Todos Somos Estrellas” dirigido por Felipe Degregori y escrito por Ronnie Temoche, ambos talentosas y extraordinarias personas que lograron una comedia muy interesante y que recuerdo con mucho cariño.

1.4. Un chico de televisión

Yo, terco al fin o quizá poco sensato, seguí en la búsqueda hasta que apareció la oportunidad de ser el realizador y director audiovisual de un programa de televisión que pasaría a la historia del canal 7, y esto se convierte para mí en el inicio de una trayectoria vinculada a la TV comercial, curiosamente acababa de nacer mi primer hijo y en paralelo se estrenaba Locademia de TV, que había empezado unos meses atrás como otro proyecto más, se hizo el piloto, se cambió a parte de los conductores, se siguió probando y ensayando y por fin, salió al aire con muchas dudas y temores, para en muy poco tiempo convertirse en uno de los programas más vistos de la televisión nacional del año 1993, y en el programa record de sintonía en la parrilla del canal 7 del Instituto Nacional de Radio

y Televisión Peruana (IRTP). Era un producto hecho con pocos recursos financieros, por gente muy joven, pero con un enorme compromiso del talento involucrado y soluciones sencillas, pero eficaces, su humor blanco y un diferencial contra la competencia en un horario no recomendado para su público más familiar, Locademia, que se emitió a las 10 pm, se convierte en un fenómeno que duró poco en la TV de esa época, pero catapultó a sus conductores Sergio Galliani, Marisol Aguirre y (solo al inicio) Carlos Alcántara, a estrellas por derecho propio, pues ellos eran la base del éxito del mismo.

1.5. Enseñar en una universidad secuestrada

El éxito de Locademia, reconocido por todos, me devuelve a la docencia, pues soy convocado como profesor del curso de Televisión en la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Federico Villarreal en cuyas aulas permanecería 4 años, y con quienes reformularíamos la currícula, modernizándola y vinculándola más con los medios masivos de comunicación, con la intención de generar acceso a los egresados de la carrera a un mercado laboral más amplio. Nuevamente eran tiempos complicados, las universidades habían sido intervenidas por el gobierno, en esta los administradores de local mandaban y gritaban a los decanos, y tuvimos que sustentar la propuesta, un cambio radical respecto de lo anterior a una audiencia de profesores muy mayores, de otras especialidades, que no conocían muchos de los términos que se empleaban cuando se hablaba de producción audiovisual y que miraban con curiosidad, pero distancia al joven barbón que defendía su visión de manera tan intensa.

1.6. Re-aprendiendo a contar historias

En paralelo, el exitoso Locademia había terminado para mí y vuelvo a hacer sonido y edición en distintos proyectos y contenidos hasta que en 1997 soy convocado para mi primer trabajo en el equipo de escritores de la telenovela Lluvia de Arena, coproducción de Michel Gómez y ATV, protagonizada por Salvador Del Solar y Olenka Zimermann. Esta actividad se convertirá ahora en una de mis principales actividades profesionales por los siguientes 15 años, de un aprendizaje intenso, de tratar de entrar en el frenesí de escribir para una producción ávida de historias, de gente esperando los guiones para desglosar, citar, preparar vestuario, maquillaje, locaciones, permisos, comida, viajes, traslados, citas, pauteo, edición, post-producción, musicalización y todas las acciones que empiezan cuando abres el procesador de textos y tu única libertad es la que te concede la historia que tienes entre manos. En esos años, además de Lluvia de Arena,

escribí en “La Rica Vicky”, muy exitosa novela de Michel Gómez para Latina de Radiodifusión, en las series: “Diablos Azules”, producción de María Jesús Pineda para Latina de Radiodifusión también, y luego, ya como autor o co-autor: “La Gran Sangre 3”, producción de Capitán Pérez para Latina o en “Eva”, el biopic sobre la cantante Eva Ayllón, también para Latina o en “Mercado de los Milagros”, serie sobre emprendedores producida por la empresa de Nano Guerra-García.

1.7. La docencia, siempre la docencia

En paralelo a estos trabajos, mantengo como actividad principal la docencia en la especialidad de Ciencias de la Comunicación en las Universidades: San Juan Bautista, Garcilaso de la Vega, San Ignacio de Loyola y, en los institutos CEPEA, IPC y Toulouse Lautrec; en este último, permaneceré diez años como profesor a tiempo completo, realizando en la última etapa, labores de coordinador de carrera. Luego, ya entrada la segunda década de los 2000, ingreso como profesor a tiempo parcial a la docencia en las asignaturas de Semiótica y Redacción Creativa en la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

1.8. Trabajo, más trabajo

La televisión siguió siendo, en esta etapa, otra de las labores fundamentales, así que en los espacios entre telenovelas, series y algún largometraje, sería gerente de Televisión en UNITEL canal 27, asistente de dirección para “En Persona”, con César Hildebrandt, creativo en dos temporadas de “La casa de Gisela”, Supervisor de Producción en “A las 10 de la P.M.” con Raúl Romero, y en paralelo, labores de realizador audiovisual independiente así como director de comerciales. Recuerdo que durante casi todo 1997 tenía un ritmo frenético, de 8 am a 1 pm en la Universidad Católica, luego a Miraflores, a la casa en la que escribíamos “La Rica Vicky”, y finalmente, desde las 7 pm en ATV, para sacar al aire el programa de Hildebrandt, había nacido mi segunda hija, las tareas se multiplicaban y como solía ocurrir, no terminaba mis tareas de la telenovela, así que había que ir los fines de semana a terminar lo pendiente.

1.9. Otras rutas profesionales

Otra línea de trabajo que ha contribuido a configurar el perfil profesional que me define son las labores de Asesor en Comunicación para la Universidad Católica o los trabajos como Consultor en producción de video educativo para el Ministerio de Educación así como de Consultor en el Proyecto de Televisión Universitaria INICTEL – UNI, proyecto que no logró consolidarse, pero que convocaba a un grupo de universidades, incluyendo nuestra alma máter en una propuesta de producción y distribución de contenidos que en esta coyuntura serían un aporte fundamental a la TV peruana.

1.10. Representar al país

También, ha sido fundamental para mi consolidación profesional, el haber sido miembro del Consejo Nacional de Cinematografía (CONACINE), o como jurado de diversos concursos de cinematografía en los que se respira y se analiza el trabajo de diversos profesionales de todas las edades y niveles formativos, manteniendo viva la inquietud de analizar lo que crea a través del medio audiovisual. También se contribuye profesionalmente representando al país en distintas reuniones o actividades como el Encuentro de Comunicación Audiovisual (ECA), en Mar del Plata, o representante por el Perú en el Seminario de Cine y Televisión Programa de Producción y Distribución de los Países de la Ruta de la Seda en China, así como representante por Perú – Ponente en el Encuentro Internacional de Educación Audiovisual en Nicaragua.

1.11. Un canal de TV en línea

En el año 2011, pongo el punto final del capítulo de una serie de TV y recibo una llamada de teléfono en la que soy convocado a desarrollar un proyecto de canal de TV en línea para una acción del Ministerio de Cultura denominada Puntos de Cultura, la misma que replicaba de la acción del mismo nombre desarrollada en Brasil. Sin embargo, y debido a diversos ajustes que ocurren en el Ministerio se produce una modificación de la programación y los contenidos del canal, de forma que el canal, que originalmente cubriría básicamente las acciones de la mencionada acción, se empieza a reformular y se plantea un nuevo objetivo: un canal de TV en línea para las artes y la cultura. Este concepto termina coincidiendo con una inquietud personal: durante muchos años he viajado por el Perú produciendo y realizando contenido y en esas jornadas, siempre me llamó la atención la creatividad artística de ciudadanos de todas partes, de todas las edades, en las diversas áreas de la cultura, pero me llamaba más la atención que parecían acciones que existían solo en ese momento y lugar, y que nadie que no estuviera presente, podría disfrutarlas o conocerlas, excepto por autores como Arguedas que logró rescatar la labor dancística de los Danzaq (danzantes de tijeras), por ejemplo.

El objetivo entonces es proporcionar un espacio a la ciudadanía, al sector de las artes y la cultura y a los tomadores de decisiones, un espacio en línea en el cual encuentre toda esa oferta artística y cultural, que no tiene (tenía) un canal a través del cual pueda ser compartida, distribuida y consumida. En pocas palabras, poner a la vista, una serie de

contenidos de interés, pero que no contaban con pantallas ni medios a través de los cuales se pudieran distribuir.

El resultado: www.cultura24.tv, una plataforma que distribuye por distintas modalidades, contenidos audiovisuales de arte y cultura, y que ha contribuido desde su creación con la difusión de contenidos que no estaban a la vista ni tenían libre acceso desde la ciudadanía.



2. COMPETENCIAS PROFESIONALES.

CONSTRUYENDO UN CANAL DE TV EN LÍNEA.

2.1. Antecedentes históricos.

Nacimiento de la iniciativa

En el año 2011, el prácticamente recién formado Ministerio de Cultura empieza a configurar su Reglamento de Organización y Funciones (ROF, por sus siglas); como parte de esta organización se crea la Dirección General de Industrias Culturales y Artes, y su dirección de línea: Dirección de Artes, a la que se le asigna la tarea de crear la acción Puntos de Cultura, que está directamente inspirada en la acción del mismo nombre creada en Brasil y cuya definición es:

“Los puntos de cultura son organizaciones culturales de la sociedad que ganan fuerzas y reconocimiento institucional al establecer una alianza, un pacto con el Estado”

<https://pensemosjuntospehuajo.files.wordpress.com/2012/05/puntos-de-cultura-jornada-2.pdf>

En la práctica, los puntos de cultura son producto de una política del estado brasileño que impulsa las actividades artísticas y culturales desde las comunidades, generando mejores condiciones de convivencia social e impulsando acciones que contribuyan a un mejor ejercicio de la ciudadanía desde la sociedad organizada.

Propuesta original del canal

parte del enfoque de los puntos de cultura en Brasil y con fines de difusión, se crea una estructura de producción de contenidos audiovisuales a presentarse en su propia red de distribución, un canal para mostrar el impacto de la actividad artística de esas organizaciones culturales, ampliando su alcance e interés y generando un intercambio de experiencias que luego escale a otros espacios de comunicación y visibilice iniciativas que, alcancen a un público más amplio y por ende, amplíe las acciones de generación de nuevos puntos de cultura.

Con base en esta iniciativa audiovisual, la propuesta de los Puntos de Cultura que se empieza a desarrollar en el Perú, nace con un canal de WEB TV en la dirección www.puntosdecultura.pe, el que inicialmente producirá y distribuirá contenido exclusivo de esas acciones. Sin embargo, la acción Puntos de cultura tuvo poca actividad formal, excepto por la cobertura audiovisual y de live video streaming de las

actividades de Cultura Viva Comunitaria que el Ministerio de Cultura realiza en coproducción con la Municipalidad de Lima a través de su Subgerencia de Cultura.

Un cambio de objetivo

A mediados del 2011 se produce el cambio de gobierno y en este nuevo escenario, la acción Puntos de cultura no se desarrolla mayormente, con la excepción de su canal de WEB TV, que empieza a ser reconocido en el sector cultural como un medio vinculado y vinculante a la actividad artística y a ser convocado para la cobertura de las diversas acciones que desarrollan. De esa manera, la producción de contenidos se hace más amplia; se pasa de cubrir exclusivamente las acciones de cultura viva comunitaria, a todo tipo de actividad artística y cultural, en sus diversas formas: las artes escénicas, visuales, audiovisuales, música, entre otros. Este escenario coincide con la consolidación del Ministerio de Cultura como agente activo de las acciones de promoción y desarrollo de la cultura y las artes, y la necesidad del sector por un medio que distribuya contenidos audiovisuales de arte y cultura, entendiéndose que estos casi no existían en TV, excepto por unos pocos, pero importantes productos en la parrilla de TVPerú y algunos otros de Plus TV, que abordaban, ciertamente de manera muy limitada, parte de la actividad artística de la escena local y con una mirada orientada al arte como una actividad distante del ciudadano de a pie y mucho menos, hacia el sector mayoritario que lo producía.

La mencionada coyuntura condujo a que el Canal Web diseñado originalmente para promover de manera prioritaria las acciones de Cultura Viva Comunitaria enmarcadas en la acción Puntos de Cultura, se desarrolle independientemente de la misma y que replantee sus esfuerzos de difusión y promoción en una mirada más amplia destinada a producir y distribuir todo tipo de contenidos audiovisuales de arte y cultura, dando origen a un nuevo medio que, por ese entonces, años 2012 y 2013, era una acción original como propuesta de canal de TV en línea desde el Estado Peruano.

Repensar el perfil

En este nuevo escenario y para contribuir con la consolidación del canal, se toma la decisión de contratar a una empresa consultora en comunicaciones que desarrolle un perfil de público y consolide información de valor que permita definir el nuevo medio que se había gestado.

Una de las tareas encargada a la consultora es una propuesta de nombres y entre los propuestos aparece la denominación del nuevo canal: cultura24. Junto con ella, se propone un manual de uso de marca que adjuntamos como documento de referencia.

Entre las conclusiones a las que llega el informe desarrollado por la empresa de consultoría en comunicaciones Copiloto, a inicios del año 2013, encontramos estas, que coinciden en gran medida con algunos de los postulados con los que nace el canal:

“Es cierto que existe mucho contenido regado por la web, pero este debe tener ciertos criterios de comunicación y de calidad, además de todos los filtros que el Ministerio como institución quiera usar.

Gratis: *El contenido de fácil acceso, donde el usuario pueda compartirlo y hacerlo suyo.*

Genuino: *Que tenga una originalidad única que represente una expresión peruana y particular.*

Genial: *Todos nuestros contenidos debe tener bastante grados de entretenimiento, que generen interés y que divierta.”*

Informe Copiloto. Investigación de contenidos. Abril 2013.

Más adelante volveremos sobre estos postulados, al analizar los contenidos del canal y la forma en que son “adquiridos”

Lanzamiento formal del canal

Como consecuencia del desarrollo natural del canal, este continúa su consolidación por la vía de la generación de contenido y la atención a diversas agrupaciones y organizaciones del sector y eventualmente a algunas otras, vinculadas por acciones en común o simplemente atraídas por la novedad del medio, convirtiendo a cultura24.tv en una marca reconocible como gestora y distribuidora de contenido audiovisual en línea. Sin embargo, a pesar del tiempo transcurrido, el canal no había sido oficialmente presentado por el Ministerio de Cultura.

Así, en el año 2013 se produce la presentación formal del canal, esta se produce en un evento con dos partes claramente delimitadas: una primera, formal, con la presencia de personalidades como la Ministra de Cultura, directores y medios de comunicación; y otra, más académica, enfocada en las formas alternativas de la televisión nacional que se tituló: “Apta para todos: TV Cultural y Educativa en el Perú”, una discusión que se mantiene absolutamente vigente y necesaria y que, en el marco de la Pandemia ha demostrado que la trascendencia de este medio para un país en construcción.

En el proceso de desarrollo del canal se han ido modificando a lo largo de los años algunas acciones, protocolos, temáticas formas de producción, criterios técnicos, entre otros. En ese sentido, la evolución de un medio tiene que ver con las maneras de comunicar y también, sobre todo en este caso, con el avance tecnológico constante en este campo. De esa forma, uno de los aspectos clave ha sido la integración del canal con las redes sociales para compartir sus emisiones o distribuir algunos contenidos específicos, aunque está claro que la intención era ampliar el alcance del canal, se debe considerar que muchos aspectos de la comunicación en redes sociales pasan por una suerte de filtro o control de los mismos que reduce la independencia de las iniciativas, así como el manejo de los contenidos, este último aspecto lo veremos cuando tratemos de los contenidos y de asuntos relacionados a los derechos de autor y la propiedad intelectual en contenidos para redes.



CULTURA24TV

presenta

CONVERSATORIO
Apta para todos:
**Tv Cultural
Educativa
en el Perú**

en el marco del lanzamiento del canal de WEB TV www.cultura24.tv

Día | Jueves 21 de mayo de 2015
Hora | 9:30 a.m.

Lugar | Sala Vip del Gran Teatro Nacional
Av. Javier Prado Este 2225,
San Borja, Lima
Ingreso libre - Capacidad limitada

www.cultura.gob.pe

PERÚ

Afiche del lanzamiento oficial del canal. Mayo 2015

Diseño: OCII. Oficina de Comunicación e Imagen Institucional.

Repensar todo

La importancia de la presentación del canal es que nos empuja a realizar definiciones no solo para los medios que puedan interesarse en las acciones que el canal realice, sino que nos obliga a pasar de la práctica a la conceptualización, a escribir los conceptos

sobre las actividades que ya veníamos realizando, sobre todo, teniendo en cuenta que el canal se había ido reformulando permanentemente y que esos ajustes ocurrían a una gran velocidad, no dejando mucho espacio para la necesaria reflexión. En ese contexto, el canal se convertiría en un espacio permanente de experimentación en diversos ámbitos: en lo tecnológico se conjugan los recursos de la televisión y el video, con conceptos como la compresión y la latencia, propios de la internet; en el ámbito de los públicos, contrastando las audiencias concentradas de la TV con las atomizadas de la WEB; en el ámbito de la duración de los contenidos reflexionando acerca de los tamaños de las pantallas y de la atención que estas permiten en un mundo lleno de estímulos visuales, sonoros, táctiles, que obligan a repensar todo lo aprendido, a dialogar con diseñadores y programadores WEB, con especialistas en servidores y ancho de banda, con productores, con instituciones o personas que solicitaban nuestra participación de la misma forma en que se convocaba a un productor audiovisual de video institucional o se contrataba a un servicio de registro audiovisual para guardarlo en un DVD. Este cambio de paradigmas fue fundamental para el diseño de un medio de comunicación aterrizado en pleno siglo XXI y que sea permanentemente actualizable.

2.2. Contenidos audiovisuales en línea

Construyendo una programación

Una mirada de las acciones del canal de esa primera etapa incluye producciones y transmisiones de contenidos con los centros culturales de España, Alemania, el ICPNA, la Municipalidad de Ate, la embajada de Estados Unidos, entre otras, así como organizaciones de la sociedad civil vinculadas a las artes como el Movimiento de Teatro Independiente Nacional M.O.T.I.N., emblemática institución que organizó como en el año 2011, la XXIV muestra nacional de teatro peruano “Todas las sangres... todas”, que fue la primera que se transmitió en Live Video Streaming en el país, y un hito para las acciones escénicas del Perú, debido a que las mismas no habían tenido mayor presencia en medios audiovisuales en el Perú hasta ese momento, y menos desde provincias.

Con la cobertura de estas acciones, el canal va construyendo una programación en la que la transmisión en vivo se convierte en la novedad más atractiva para la cobertura de actividades relacionadas a las artes y a la que se le suman otros contenidos que se irán recopilando, producto de los diversos registros audiovisuales que se realizan cuando no se cuenta con cobertura de internet para las transmisiones o con productos

específicamente producidos para su emisión posterior o, en algunos casos, la atención de instituciones que requieren el servicio en temas no necesariamente afines al quehacer del Ministerio.

Diseñando un canal de TV en línea: públicos y contenidos

Al momento de desarrollar la propuesta del canal, uno de los primeros asuntos por resolver fue cómo entregarle al público esos contenidos de arte y cultura provenientes de distintas fuentes, temporalidades, duraciones, entre otros elementos que caracterizaban la diversidad de los productos.

Para ello, se analizaron las formas en que el público se vinculaba a las redes en ese momento y se planteó definir un perfil del mismo. Entre los hallazgos se concluyó que existía un perfil de público joven prioritario en redes interesado en contenido audiovisual de diversas temáticas:

“El contenido a pesar de su diversidad aún se limita a producciones donde evidentemente existe una mayor acceso a la tecnología y rangos de edad de 12 años a 34 años. Esto es positivo para el proyecto pero también devela espacios que necesitan ser atendidos y que serían un impulso relevante de parte del Ministerio de Cultura.” Informe Copiloto. Investigación de contenidos. Abril 2013.

Como se desprende de esta conclusión, también se sugiere ampliar la cobertura de público acercándose a otras franjas etarias, acción que fue ocurriendo progresivamente y, aunque no se menciona en la misma, se agregaron públicos especializados pertenecientes al sector cultural, fundamentalmente por las temáticas tratadas, esto ocurrió de manera lógica, pues la difusión se empezó a hacer en las redes de especialistas de arte y cultura y, gracias a ellas, se empezó a generar mayor atención a las emisiones de esos contenidos. Además, como veremos a continuación la especialización de los mismos generaría esto de manera natural.

Contenidos incluidos

Como se ha dicho, al momento del lanzamiento del canal, la disponibilidad de contenidos especializados ya existía en redes, pero todavía era incipiente y sumamente dispersa. En ese contexto, los dedicados a arte y cultura peruanos tenían muy poca presencia y tampoco se podría haber definido a un público amplio, debido a que, como ya se indicó, aquellos contenidos no tenían mayor oferta en medios audiovisuales

masivos. En ese sentido, se puede afirmar que cualquier contenidos que rescate una actividad cultural o artística podría ser parte del acervo del canal, pero hay que considerar aspectos como los derechos de autor que deben ser cedidos al canal, para su distribución en línea, que suele tener muchos filtros, sobre todo cuando se emiten vía redes sociales. Aquí aparece el concepto de algoritmo que discutiremos más adelante cuando analicemos los aspectos tecnológicos que forman parte del diseño y funcionamiento de un canal WEB, y de cómo se incorporan los mismos cuando se trabaja con redes sociales.

Clasificación de los contenidos

Queda claro entonces que se podían usar materiales audiovisuales producidos previamente desarrollados, pero al mismo tiempo, era necesario contar con una programación permanente, lo que sugería que se deberían obtener más contenidos, cubriendo o generando nuevas acciones impulsadas, coproducidas o apoyadas por el Ministerio de Cultura. Así, como se ha señalado previamente, se empezó a generar un vínculo con instituciones dedicadas a la actividad cultural, pero también se empezaron a incorporar las acciones que el mismo Ministerio desarrollaba y la programación del canal, se construyó también en base a esa agenda. De ahí, que buena parte de los contenidos pertenecerán a dichas acciones en forma de charlas, conversatorios, foros, seminarios, entre otros. Entendiendo que el canal pertenece a la Dirección de Artes, el criterio de clasificación de contenidos del canal está basado en la clasificación de las artes de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

Además de la clasificación indicada, también se suelen generar criterios de agrupación de acuerdo a necesidades específicas, como de eventos o acciones específicas, que suelen tener una gran cantidad de contenido especializado como ocurre con los Congresos Nacionales de Arqueología, CNA por sus siglas o los cursos de Historia del Arte que dicta en verano la Biblioteca Nacional del Perú y que suelen durar todo el mes de febrero en dos turnos y que requieren una organización muy clara de sus contenidos, también ocurre lo mismo con acciones como las capacitaciones o cursos que se agrupan en categorías específicas.

2.3 Distribución de contenidos

Formas en la distribución de contenidos

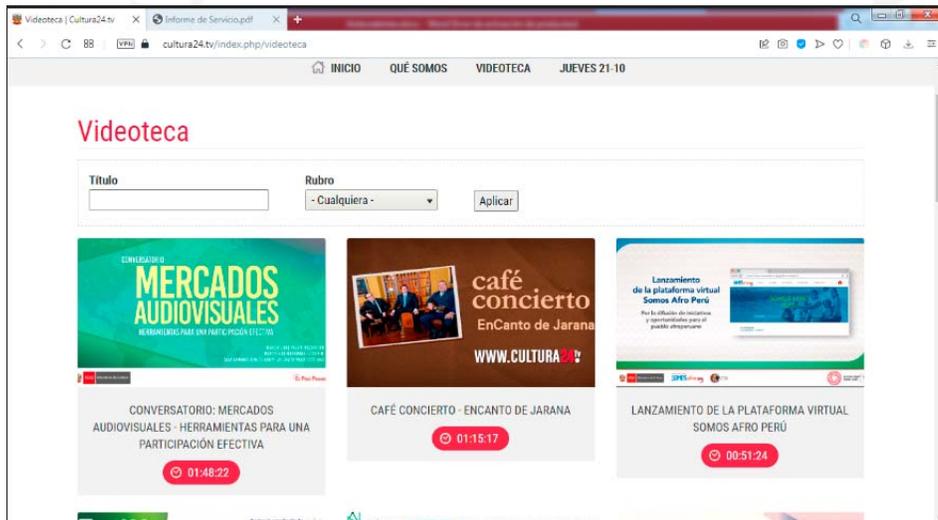
Teniendo una propuesta de contenidos, hará falta definir la manera en la que estos se entregarán al público. En el momento en el que se diseña la propuesta se decidió evaluar las formas más usuales en la distribución de contenidos audiovisuales en línea, entre las que se encontraban el video en demanda, de los que Youtube y Vimeo eran las plataformas mundialmente más conocidas y usadas, así como otros medios con menos alcance y tecnología que también empleaban la misma forma de distribución; al mismo tiempo, la transmisión en vivo de video en línea, más frecuentemente conocida como Live Video Streaming y muy popular por su inmediatez, era la otra forma de distribuir contenidos. Entendiendo que el canal se diseñó en un momento de convergencia tecnológica se incorporó una forma de entrega de contenidos similar a un canal de televisión tradicional de forma que al conectarse a la dirección electrónica www.cultura24.tv o <https://cultura24.tv> se accediera automáticamente en la página de inicio a un flujo permanente de video y audio en un intento por mantener el concepto de canal de TV.

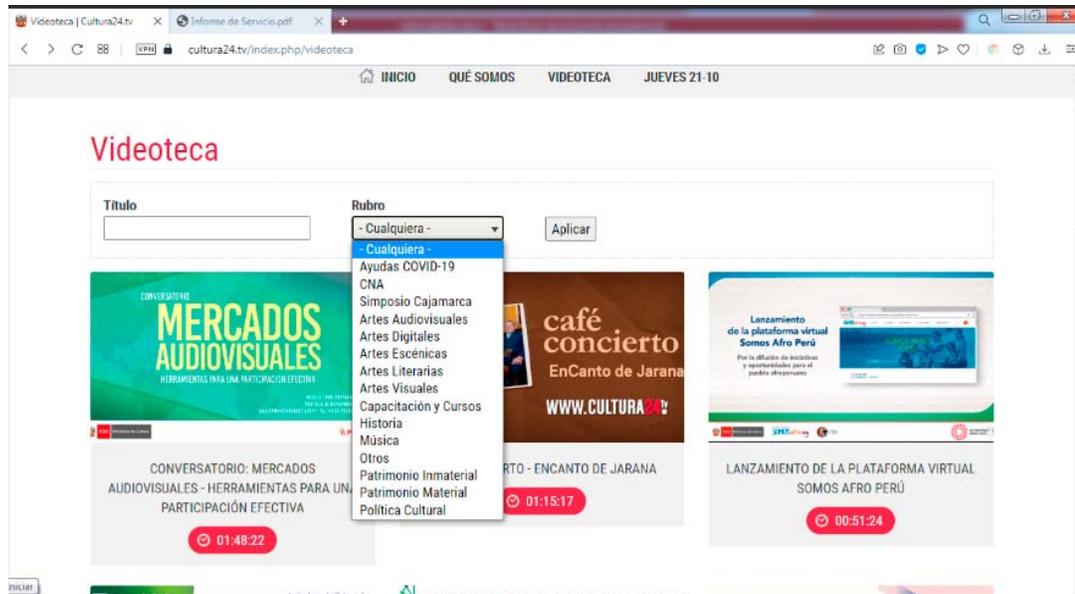
Formas de acceso al contenido

En la experiencia de usuario de la página se debe entender que su relación con la plataforma empieza siempre con la conexión a la programación regular, con una lista de contenidos programados temporalmente, excepto en el caso de que se esté transmitiendo en vivo, en que la programación regular pasa a un segundo plano y el usuario al ingresar a la plataforma automáticamente se conecta a la señal de live video streaming, que es la modalidad de distribución preferida por el público. La otra manera de acceder al contenido es definir una búsqueda de acuerdo a las líneas temáticas que contiene la colección de contenidos que el canal posee, y para ello el usuario puede conectarse a la videoteca a través del enlace en la página de inicio o escribir directamente el acceso: www.cultura24.tv/videoteca o <https://cultura24.tv/videoteca>. Aquí, se puede encontrar un espacio de búsqueda directo en el que se puede escribir palabras clave o usar el espacio siguiente que contiene las categorías mencionadas anteriormente en el ítem **2.2 Contenidos incluidos**. Por esa vía se accede a imágenes en miniaturas que son los enlaces a los contenidos incluidos o relacionados a la búsqueda que se realiza entre los más de 2,000 videos contenidos en la colección.



Cuadro 1. Pantalla correspondiente a la programación regular. En el lado derecho se aprecia la sección de videos recientes que se va actualizando con los nuevos ingresos.





Cuadro 2 y 3. Sección de videoteca. Aquí los videos se van actualizando y cuenta con un campo de búsqueda que permite escribir palabras relacionadas al contenido requerido. En el siguiente cuadro se aprecian las categorías especializadas con que cuenta la videoteca. Estas secciones son ampliables o modificables.

Formas en el abastecimiento de los contenidos

A lo largo de los años, cultura24.tv ha tenido la capacidad de generar contenidos propios, pero al mismo tiempo se ha asociado de manera temporal con diversas instituciones, asociaciones culturales, colectivos de artistas, artistas y empresas dedicadas a acciones culturales y artísticas, cuyas acciones forman o han formado parte de los contenidos producidos o emitidos por el canal. Así, en la programación se ha contado con producciones realizadas en la DDC-Cusco, como su programa semanal Patrimonio o con una de las primeras series WEB que se realizó en el Perú: Las aventuras de Guau, Miau y Güi, serie para público infantil, al mismo tiempo, el canal también produce contenidos formativos en el ámbito de las artes, habiendo desarrollado contenidos que explican las diversas formas de las artes escénicas a través de importantes creadores, especialistas en su disciplina, como Fernando Zeballos, director de La Tarumba, explicando el proceso de creación en el circo, o Óscar Naters, fundador de Integro, la emblemática compañía de danza, quien explicó la implicancia de la creación dancística. Al mismo tiempo, se han realizado acciones de transmisión y producción de contenidos en diferentes regiones del Perú, como la cobertura de la competencia de danza con motivo de la festividad de la Virgen de la Candelaria o el

reinicio de la actividad artística que se realizó con un concierto desde el Parque de la Exposición.

En la sección de los procesos técnicos se explicará el proceso de distribución desde un punto de vista tecnológico.

Pantallas de distribución

Como ya se ha explicado el canal emplea básicamente dos espacios en web para distribuir los contenidos que registra, emite o transmite en directo: el canal web, que es la plataforma madre, desde la que se construye todo el proceso. Ubicado en la dirección web señalada: <http://cultura24.tv> es controlado mediante sistemas de administración que explicaremos más adelante. La otra ruta por la que se distribuyen los contenidos nos dirige a las redes sociales, de las que la principal, que además ha tenido un crecimiento importante en la audiencia, es la fan page de Facebook: <https://www.facebook.com/cultura24.tv>, que sirve como espacio de difusión y comunicación con el público y también como plataforma de transmisión de contenido en vivo a través de su versión Facebook Live. Eventualmente también se distribuye contenido vía Youtube con la denominación cultura24.tv también, pero con una menor presencia debido a su similitud con la plataforma original y a que, como en el caso de Facebook, los algoritmos reducen la independencia en la publicación de contenidos.

Procesos de retroalimentación

La forma principal de retroalimentación que usa el canal históricamente es el chat en vivo, que se muestra disponible durante las transmisiones tanto en redes como la plataforma web. Como es lógico durante la emisión de determinados contenidos, como en las charlas de capacitación o algunos talleres formativos, el chat genera una interacción mayor dependiendo del objetivo de la transmisión y se convierte en la forma básica de participación vía preguntas al(os) expositor(es). Cuando se trata de la emisión de un contenido artístico se convierte más bien en el espacio de comentarios de valoración de la acción artística así como el de saludos a los artistas.

Esta clase de retroalimentación también se complementa con la lectura de la audiencia en tiempo real, la que proporciona una idea de cómo van las conexiones al canal durante una emisión específica. Estos datos se constituyen en una interesante forma de evaluar la evolución de la audiencia frente a la transmisión, creciendo o disminuyendo de manera notoria o muy sutil.

Se debe precisar que la audiencia de transmisiones en redes sociales siempre es más inestable y volátil que la de la plataforma web más estable y con variaciones más sutiles. Este dato no es menor, debido a que existe una tendencia a darle mucho valor a los datos gruesos de cantidad de conexiones, y en eso las redes superan largamente a las demás plataformas, sin embargo, se debe considerar que las conexiones en la plataforma se mantienen mucho más tiempo que el promedio de redes sociales.

A pesar de que ya está desactivado, también se contó con un correo electrónico del canal, que servía para recibir opiniones, solicitudes de contenidos, así como oferta de materiales audiovisuales o propuestas de coproducciones.

2.4. Aspectos técnicos en el manejo del canal

La web como espacio en desarrollo

La elección de un espacio virtual para la distribución de contenidos audiovisuales de arte y cultura se basó en los siguientes criterios:

- Costos reducidos frente a la opción de invertir en comprar horas de programación en canales de TV abierta.
- Presencia permanente y desde cualquier lugar del mundo a través de diversos dispositivos.
- Diseño modificable y actualizable, adaptándolo a la evolución de los entornos digitales.
- Simplicidad en el manejo de las herramientas de publicación basado en plantillas preexistentes.

Con estos aspectos, el procedimiento de administración de los recursos de manejo del canal crean la convergencia entre la herramienta video y la herramienta web.

El diseño del canal

Para crear una experiencia directa y simple con el usuario se decidió presentar las principales opciones con las que cuenta el visitante en la página de inicio. Al acceder a la plataforma, se accede directamente a la emisión, ya sea esta de la programación regular o de las transmisiones en vivo, es decir, el usuario recibe automáticamente un flujo de contenidos de video sobre el cual puede o no interactuar, eligiendo ver ese flujo o alguna de las opciones que puede ser acceder a la videoteca o elegir alguno de los

contenidos recientes que aparecen en el lado derecho en un menú que va desplazándose y modificándose progresivamente.

Hay otros aspectos de navegación que fueron tomados en cuenta en el diseño. Se planteó por ejemplo que la página de inicio no necesite hacer el denominado scroll down para poder ver la emisión diaria, de forma que solo mediante su propia interacción el usuario puede moverse dentro de los contenidos, esto genera una posibilidad de que se pueda ver el video sin más acción. Por supuesto, si el usuario quiere navegar puede desplazarse a lo largo de la página de inicio requiriendo menos clicks y por lo tanto, con mayor rapidez y facilidad en el acceso.

Interacción con otras páginas

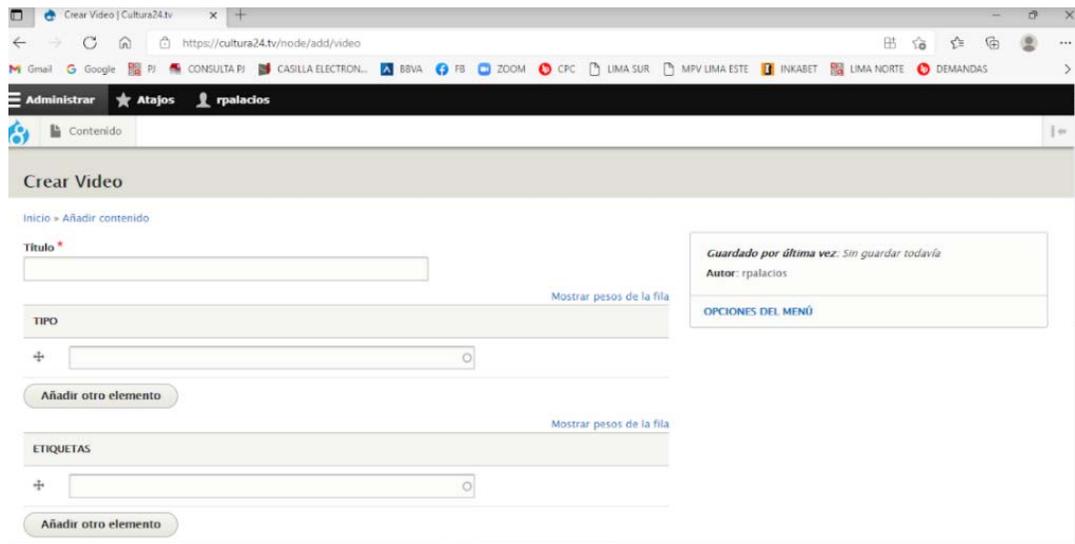
La forma en que la web del canal está programada, permite que cada uno de los flujos de contenido: transmisión en vivo, programación regular o videos de la videoteca, pueda ser compartido por otras páginas mediante la técnica de la incrustación (embed), que implica que, al compartir un código con el administrador de la otra página este pueda poner el reproductor de video de la página y compartir el contenido. Esto es sumamente útil en los casos en que se genere un vínculo o se pretenda sumar audiencias de distintos tipos. Este fue un antecedente importante desarrollado en las WEB's para la modalidad de publicación cruzada que tiene la aplicación Facebook Live.

Organización y administración web de los contenidos del canal: el CMS

Uno de los elementos clave en el proceso de administración de una web es el CMS que son las siglas en inglés de Sistema de gestión de contenidos. Su funcionamiento permite que la ubicación, denominación y administración de los elementos presentes en el canal, sean puestos a disposición del usuario mediante sistemas preprogramados y diagramados en la página. Esta es una de las ventajas para un canal de TV en línea, su actualización es sencilla y permite incorporar nuevos contenidos, retirar otros, crear categorías, entre otras capacidades que se requieren para mantener una programación activa y de renovación constante.

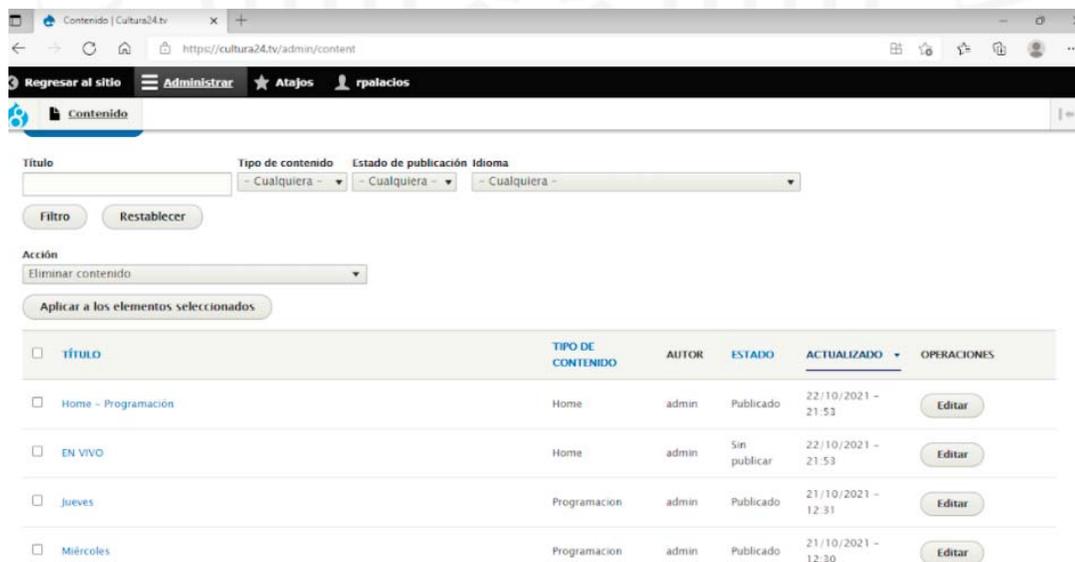
En el caso de cultura24.tv se usan dos tipos de CMS: uno, el relacionado exclusivamente a la página WEB y su diseño, el que se ha simplificado y sirve para controlar la ubicación de los elementos visibles excepto el video mismo; y el otro, uno dedicado a la administración de video, que sirve para programar la emisión, reproducción y archivo.

CMS Administrador sitio WEB



The screenshot shows the 'Crear Video' (Create Video) form in the CMS. The form includes fields for 'Titulo' (Title), 'TIPO' (Type), and 'ETIQUETAS' (Tags). There are also buttons for 'Añadir otro elemento' (Add another element) and 'Mostrar pesos de la fila' (Show row weights). A notification box on the right indicates 'Guardado por última vez: Sin guardar todavía' (Saved last time: Not saved yet) and shows the author as 'Autor: rpalacios'.

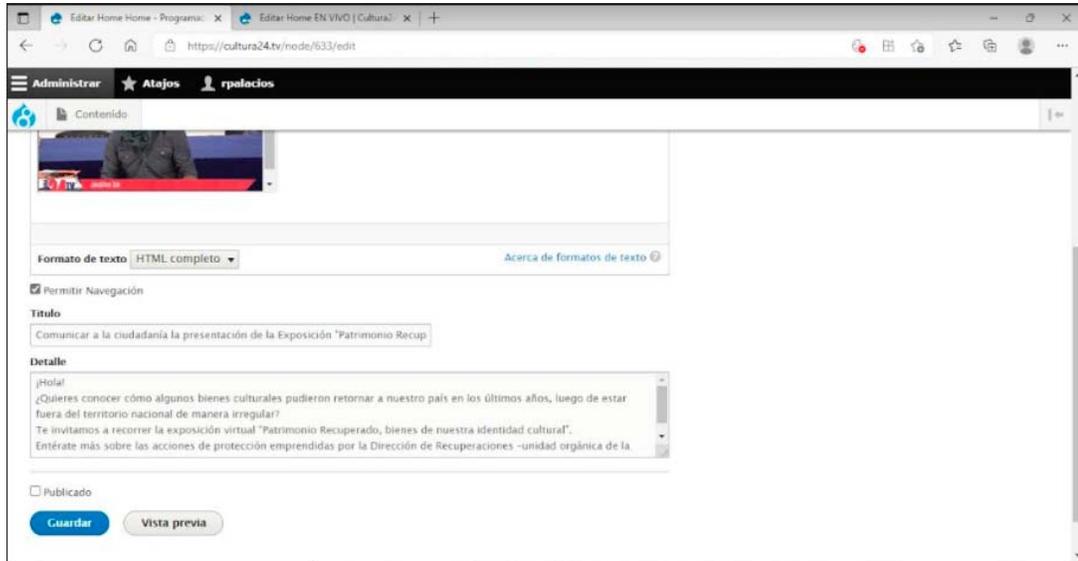
Cuadro 1. CMS que permite cargar los videos a la página, configurando opciones como el nombre del contenido, etiquetas, así como la gráfica identitaria del contenido, entre otros.



The screenshot shows the CMS content management interface. It includes a search bar, filters for 'Tipo de contenido', 'Estado de publicación', and 'Idioma', and a table of content items. The table has columns for 'TIPO DE CONTENIDO', 'AUTOR', 'ESTADO', 'ACTUALIZADO', and 'OPERACIONES'.

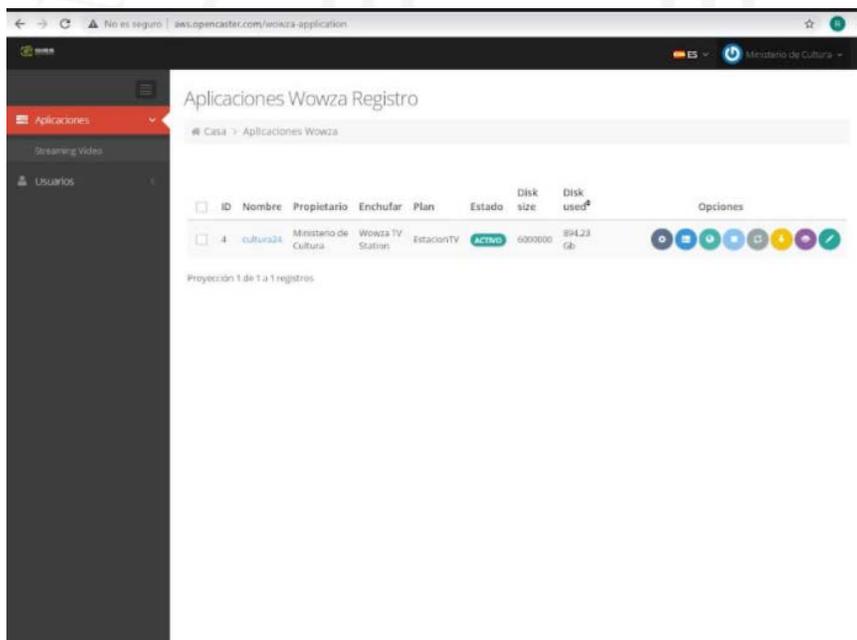
<input type="checkbox"/>	TÍTULO	TIPO DE CONTENIDO	AUTOR	ESTADO	ACTUALIZADO	OPERACIONES
<input type="checkbox"/>	Home - Programación	Home	admin	Publicado	22/10/2021 - 21:53	<button>Edit</button>
<input type="checkbox"/>	EN VIVO	Home	admin	Sin publicar	22/10/2021 - 21:53	<button>Edit</button>
<input type="checkbox"/>	Jueves	Programacion	admin	Publicado	21/10/2021 - 12:31	<button>Edit</button>
<input type="checkbox"/>	Miércoles	Programacion	admin	Publicado	21/10/2021 - 12:30	<button>Edit</button>

Cuadro 2. En esta sección del sistema de administración se determina y selecciona si se trata de una transmisión en vivo o de la programación regular. Aquí también se realiza la programación diaria y/o semanal de contenidos.

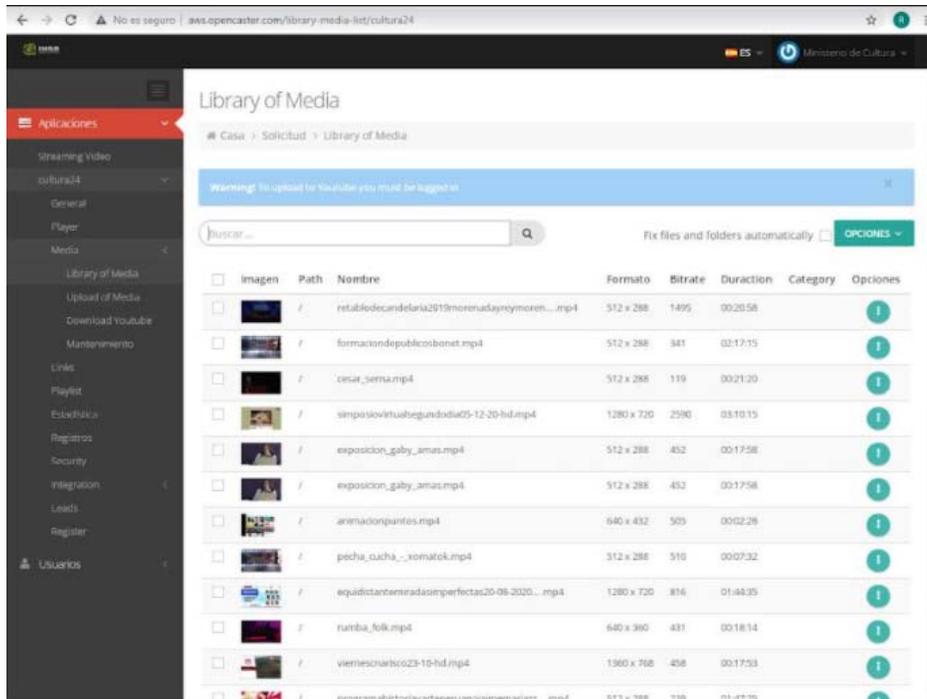


Cuadro 3. En esta sección del sistema de administración se llena la información del contenido, de forma que el espectador tenga la información básica acerca del contenido al que está accediendo.

CMS Administrador video



Cuadro 4. Cuadro de inicio del administrador de video del canal.



Cuadro 5. Cuadro de archivos de video disponibles en la videoteca con datos acerca de la resolución o formato de video, duración y tasa de datos

The screenshot shows a web interface for a playlist management system. The left sidebar contains navigation options like 'Playlists'. The main area is titled 'Playlists' and shows a table of playlist entries. A button 'NUEVA LISTA DE REPRODUCCIÓN' is visible. The table below lists playlist entries with the following columns: ID, Nombre, Escribe, Fecha / Hora de Inicio, Videos Conde, Tiempo completo, and Opciones.

ID	Nombre	Escribe	Fecha / Hora de Inicio	Videos Conde	Tiempo completo	Opciones
19	Martes19deMayo	Bajo demanda	19/10/2021 10:02:00	25	39:09:30	
20	Jueves21deMayo	Bajo demanda	21/10/2021 12:35:00	12	14:32:47	
21	Miercoles	Bajo demanda	20/10/2021 11:30:00	20	23:12:09	
23	Viernes22deMayo	Bajo demanda	16/10/2021 08:30:00	14	19:27:28	
24	Sabado23deMayo	Bajo demanda	23/05/2020 08:00:00	0	17:41:19	
25	Domingo17deMayo	Bajo demanda	04/04/2021 16:10:00	0	02:01:03	
30	Lunes18Mayo	Bajo demanda	18/10/2021 10:15:00	21	27:07:54	

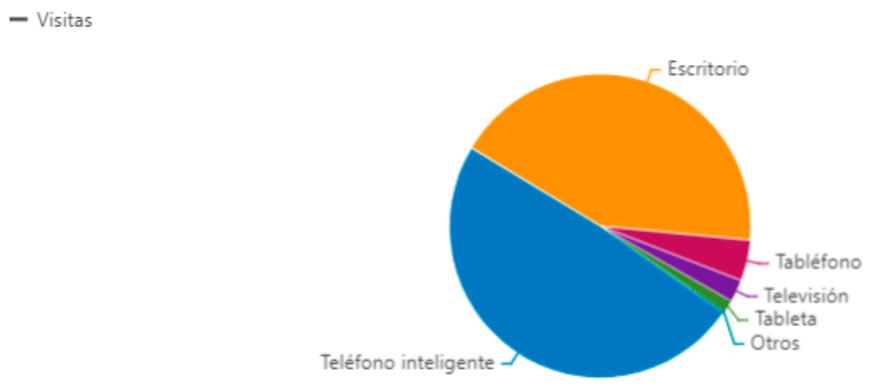
Cuadro 6. Cuadro de armado de listas de programación que se vincula con el CMS de la página WEB.



Cuadro 7. Cuadro de estadística en tiempo real, que contiene información relevante, como el código embed ya comentado en la sección de interacción con otras páginas.

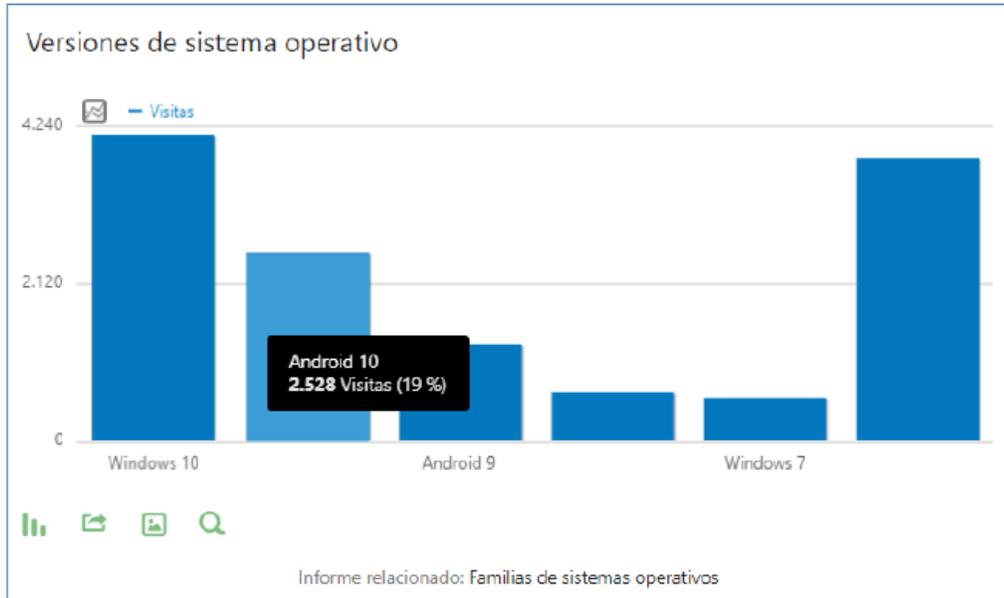
Sistema de estadística

En el segmento del presente trabajo dedicado a la retroalimentación se expuso de qué manera funciona la información numérica como herramienta de evaluación, para ello se usa un sistema de lectura estadística que contiene información detallada de la data necesaria para evaluar el impacto del canal en sus distintas formas de presentación. En las siguientes imágenes se muestra el funcionamiento del sistema de estadística:



Formato de estadísticas por dispositivo

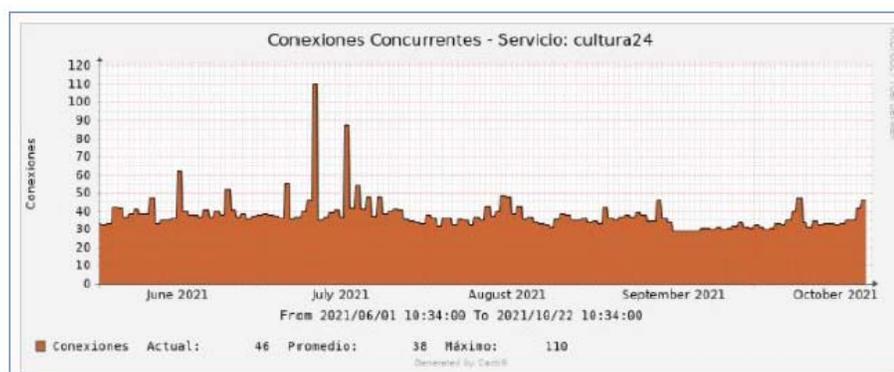
Cuadro 1. El cuadro nos permite evaluar el tipo de dispositivo empleado para conectarse. En la última sección del presente trabajo se analizará la importancia de estos datos para la toma de decisiones a futuro.



Cuadro 2. El cuadro nos permite evaluar el sistema operativo empleado para conectarse. La migración hacia los sistemas operativos más modernos o empleados por dispositivos móviles es notoria.

NAVEGADOR	VISITAS	ACCIONES	ACCIONES POR VISITA	PROMEDIO DE TIEMPO EN EL SITIO	PORCENTAJE DE REBOTE
Chrome	32,1 % 4.159	5.866	1,4	2 min 10s	78 %
Chrome Mobile	25,4 % 3.291	5.240	1,6	3 min 21s	74 %
Facebook	15,3 % 1.985	2.514	1,3	1 min 12s	83 %
Mobile Safari	5,7 % 743	1.109	1,5	2 min 40s	73 %
Microsoft Edge	4,7 % 614	1.287	2,1	3 min 35s	41 %
Internet Explorer	3,9 % 503	1.137	2,3	4 min 17s	38 %
Samsung Browser	3,5 % 459	681	1,5	2 min 13s	77 %
Desconocido	1,7 % 218	349	1,6	3 min 16s	72 %
Safari	1,6 % 210	339	1,6	2 min 4s	75 %
Firefox	1,5 % 200	303	1,5	1 min 38s	72 %
Instagram App	0,9 % 114	135	1,2	49s	87 %
Opera	0,8 % 108	169	1,6	2 min 2s	71 %
MILI Browser	0,6 % 75	92	1,2	2 min 7s	83 %
Chrome Webview	0,6 % 72	100	1,4	1 min 51s	82 %
Chrome Mobile iOS	0,4 % 58	79	1,4	1 min 34s	78 %
Huawei Browser	0,4 % 53	77	1,5	3 min 1s	75 %
Google Search App	0,1 % 18	22	1,2	2 min 37s	78 %
Opera Devices	0,1 % 18	26	1,4	3 min 55s	61 %
Mobile Silk	0,1 % 16	19	1,2	2 min 8s	81 %

Cuadro 3. El cuadro nos permite evaluar la plataforma o navegador web que se emplea para establecer la conexión entre el canal y el usuario. Aquí observamos que las plataformas móviles han crecido, pero los navegadores tradicionales, sobre todo Chrome de Google siguen siendo los más usados.



Cuadro 4. El cuadro muestra una gráfica temporal de conexiones a la modalidad de videoteca o video en demanda (VOD). Este sistema de estadística se emplea desde el año 2016.

En la última sección del presente trabajo se analizará la importancia de estos datos para la toma de decisiones a futuro.

2.5 Integración de video y web

Convergencia digital

Ya se ha explicado que el vínculo entre la tecnología de programación y el diseño WEB con la técnica televisiva es lo que define al canal cultura24.tv. La convergencia digital de ambas tecnologías reside en que esta acción nace en una coyuntura de cambio que incluye el mejoramiento del ancho de banda en el Perú, con la ampliación de los servicios de internet gracias al crecimiento de la oferta de operadores y a la definitiva incorporación de los servicios de video consecuencia del incremento en las velocidades de internet. Coincidentemente, el abaratamiento en los precios de dispositivo de video y audio, junto con la reducción en el tamaño del equipamiento para producción de televisión contribuirá definitivamente con una mejora en el acceso a los mismos, para aquellas instituciones cuyo quehacer principal no es la producción televisiva un nivel intermedio.

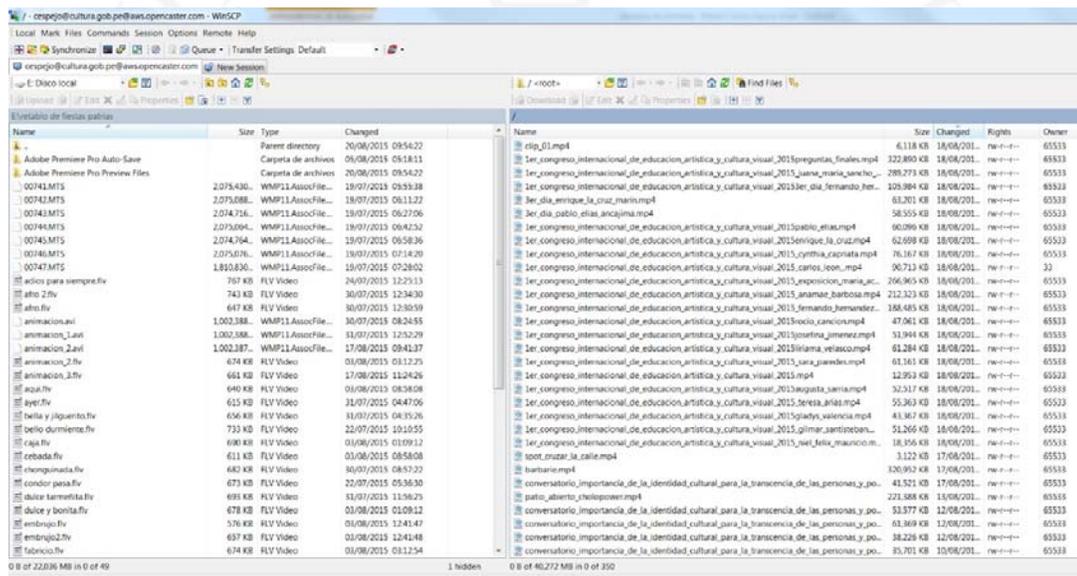
Otros conceptos clave al momento de entender la convergencia entre video y web son los referidos a la codificación de video para WEB que se basa en los llamados algoritmos. La mejora en la forma que contribuyen a comprimir el video digital con

cada vez menos pérdida visible facilita la eficiencia en la emisión en vivo de video en web.

El manejo del ancho de banda, fundamental al momento de la emisión de contenido de video también contribuye a una exitosa distribución de contenido. En la sección de anexos se precisa las condiciones que el canal tiene para acordar una emisión.

FTP

Para que los sistemas de CMS de la página y de administración de video puedan vincularse es necesario que los archivos de video estén disponibles en un servidor externo, que no es otra cosa que un almacenador de esos contenidos que puede responder velozmente reproduciendo el video requerido.



Cuadro 1. En la pantalla de la derecha se pueden apreciar los archivos de video almacenados ordenados alfabéticamente. Es fundamental usar nombres precisos, de forma que el vínculo que se genere entre el sistema de administración de videos y el de la plataforma WEB sea simple y se minimicen los errores.

Técnica televisiva

No siendo el motivo de este trabajo un análisis a profundidad de la técnica televisiva para el cual ya existen manuales y tratados, limitaremos nuestro aporte a explicar qué aspectos básicos son relevantes para la operación del canal en línea cultura24.tv

Multicámara y acciones artísticas

Hablar de circuitos cerrados de TV es hablar de algo tan antiguo como la Televisión misma. En ese sentido la implementación tecnológica del canal en un sentido audiovisual se hace pensando en esos contenidos artísticos que requieren diversos puntos de vista para ser disfrutados por el público de forma que si se precisa pasar de una imagen amplia de un grupo de bailarines por ejemplo, a uno más próximo cuando uno de estos bailarines realiza un solo, se tienen cámaras cubriendo los distintos valores de plano que el evento requiere.

Para las coberturas de eventos artísticos con mucha variedad de acciones se suelen emplear en las grabaciones o transmisiones hasta 6 cámaras, de forma que se puedan mostrar todas las secciones de instrumentos en una obra sinfónica o las diversas áreas del baile de un elenco de folclore o agregar puntos de vista diferentes, que contribuyan con el disfrute del espectáculo. La narrativa audiovisual de estas acciones artísticas tiene como base contar la evolución de la obra, sea a través de la interpretación escénica o musical.

Elementos básicos de lenguaje audiovisual aplicado a la acción artística

En relación con esto, es importante rescatar la clásica visualización de plano general, en relación con la amplitud del escenario en que transcurre la actividad artística y alternarla progresivamente con las acciones más próximas mediante acercamientos o ubicaciones de cámaras más próximas.

También es necesario tomar en cuenta que algunas actividades artísticas como el ballet requieren una visualización fundamentalmente frontal, a diferencia de las orquestas de música, las que por la ubicación de sus componentes necesitan visualizaciones laterales y/o verticales. Una típica cobertura audiovisual del canal cubrirá los momentos solistas (cuando los haya), alternándolos con la ejecución grupal de las diversas secciones, de maderas, metales, percusiones, piano, arpas o cualquier otra, dependiendo de la obra y de la adaptación que el director haya decidido emplear.

Relación de pantalla en la era digital

Cuando parecía que la homologación en los formatos de pantalla de televisión se había conseguido al pasar de una relación de pantalla 4:3 analógica a la digital con la relación 16:9, irrumpieron los teléfonos móviles y aplicaciones como Instagram, con su IGTV y otras y, al tener estos, nuevas formas de narrar, de mostrar y de difundir contenidos, se

van reformulando los criterios compositivos, así como la idea del formato único de pantalla, empujando a la creación de contenidos diversificados. Así, aunque el canal trabaja sobre la lógica de la relación de pantalla 16:9, también se vienen imaginando las formas de consumo de los productos televisivos artísticos de un público con acceso tecnológico más diverso. De esa manera, se calcula que en unos pocos años, se deberá codificar con una pantalla intercambiable, de forma que los formatos de pantalla serán variables y eventualmente autoajustables, significando un importante cambio, parecido al que trajo la irrupción de los lentes anamórficos a la realización y proyección cinematográficas.



3. REFLEXIONES PROFESIONALES

3.1. Evolución de la Propuesta del Canal: Los Nuevos Retos

Al momento de escribir estas líneas el canal de TV en línea www.cultura24.tv lleva oficialmente 8 años de actividad constante y ha consolidado su posición como medio de comunicación especializado dedicado a la difusión de las artes y la cultura del país. El proceso de diseño del canal se ha convertido en una edición permanente de sus características y funcionalidades muy propios de la un medio moderno y actualizable incluso en tiempo real, de forma que su presentación varía conforme se mejoran las capacidades técnicas y/o se rediseñan los procesos televisivos debido a la demanda o como consecuencia del análisis del funcionamiento del canal. Por ello, este capítulo empieza con una descripción de la propuesta base del canal, para luego explorar las potencialidades del medio y la posterior aplicación de mejoras o cambios que correspondan.

Concepto base

La concepción que origina la creación y diseño de un medio de comunicación tiene como base pensar en un público objetivo (audiencia) al cual dirigirse por un lado y, en una forma de dirigir (a ese público) determinados contenidos, por el otro.

Así, un medio de comunicación responde a una política de mensajes, contenidos y formatos que definirán su perfil, el que lo identifica ante su audiencia, lo conecta con ella y determina un estilo que no suele modificarse en su esencia. Este perfil tiene, entre otros aspectos: un nombre, un logo o imagen identitaria, un tipo de programación, un nivel discursivo y otros elementos que lo hacen distinguible de los otros medios que coinciden en su tecnología o tipo de canal por el que difunden sus contenidos.

Aunque estos aspectos se han analizado ampliamente en el capítulo anterior, nos interesa precisarlos aquí, en relación con la evolución que se plantea para el canal.

Identidad del canal

La identidad del canal está basada en dos conceptos que consideramos fundamentales de lo que es el canal: disponibilidad total, es decir, el acceso a la plataforma del canal es permanente y desde cualquier lugar en el que se cuente con conexión a internet; el segundo aspecto es la temática cultural que es el sello de los temas y contenidos que el canal ofrece a su público. Con base en estos dos aspectos se analizaron conceptos o

ideas que resumiesen esos conceptos. El que el flujo de contenido sea permanente implicaba que estaba al aire las 24 horas, los 7 días de la semana, durante todo el año. El que fuera el canal del Ministerio de Cultura nos proporcionaba la temática.

Basado en lo dicho, la denominación del canal es cultura24.tv

Su logotipo es el siguiente:



La versión aplicada es adaptada ahora para consolidación de la marca resaltando la presencia en la WEB con el agregado de la triple w.



Las distintas aplicaciones del logo están contempladas en el manual de uso de marca, que acompaña este trabajo en la sección de anexos.

3.2. Programación

Se ha señalado que uno de los elementos clave para la definición del canal es la presencia de una programación vinculada a los públicos a los que se dirige, al respecto hay que reconocer dos tipos de público: uno, el sector que desarrolla actividades culturales y artísticas desde distintos roles: gestores culturales, artistas, productores, arqueólogos, estudiantes o investigadores de diversas disciplinas; el otro público es uno más amplio, interesado fundamentalmente en la actividad artística y cultural como espectador y que demanda contenidos audiovisuales de calidad y a los cuales no necesariamente tiene acceso físico por no estar cerca de los espacios de determinadas actividades artísticas o, por carecer de los recursos de acceso a los mismos o, por interés particular, en este caso, el canal brinda esa programación de manera gratuita y se ofrece como alternativa a la programación televisiva en general.

En ese sentido, la programación del canal ofrece entonces, dos tipos de contenidos de acuerdo a sus públicos: uno especializado, que consta de talleres, conversatorios, talleres, congresos, entre otros, y, por el otro, presentaciones de ballet, danza, obras de teatro, música de diversos géneros, programas de entrevistas, concursos de danza, eventualmente películas o narrativa cinematográfica.

Con esos contenidos, se construye sistemáticamente una programación diversa que atiende a los dos perfiles de público.

A continuación una lista de programación típica un día de la semana:

- Café concierto - Ysabel Omega
- Herramientas para la participación ciudadana clase en línea - ¿Cómo se gestiona en el sector público?
- Homenaje a Abraham Valdelomar - 100 años de su fallecimiento.
- Conversaciones en la BNP | Ep. 8 - El teatro peruano en el tiempo.
- II Encuentro de la red de teatros del Perú - promoción y circulación de las artes escénicas, Jonathan Zak parte 1
- II Encuentro de la Red de Teatros del Perú - Promoción y circulación, Jonathan Zak parte 2
- Lanzamiento de la cuarta edición de "La Independiente", Feria de editoriales peruanas.
- Homenaje a Chabuca Granda - Conferencia y recital poético-musical.
- Jóvenes Coreógrafos y Don Quijote (suite).
- Conversaciones en la BNP - la fotografía como documento social EP. 7.
- Conversatorio el rol de los museos nacionales.
- Cambio climático y pueblo afroperuano – Efectos, adaptación y mitigación.
- Café concierto en casa – Karolinativa.

En la misma se puede notar que se intercambian contenidos para ambos perfiles de público. Este proceso se ha ido adaptando mediante una revisión de los materiales existentes, algunos con una antigüedad de 9 años, de forma que se mantenga la variedad y una renovación constante de la misma.



Imagen de una presentación del Ballet Folclórico Nacional durante una transmisión en vivo por cultura24.tv

Como la programación equivale a una visualización pasiva por parte del público, ahora durante las transmisiones en vivo, se le invita al público a realizar la búsqueda de los contenidos de su interés mediante el buscador en la videoteca, promoviendo el enlace: www.cultura24.tv/videoteca

3.3. Ajustes y desajustes

Existen tres aspectos fundamentales a los que se apunta a futuro con el canal. Su adaptabilidad a los nuevos escenarios de consumo, la descentralización en la producción de sus contenidos y, el futuro del contenido histórico, pero antes analicemos qué se ha obtenido:

Resultados cuantitativos

Aunque se ha obtenido una estadística general desde el inicio de las operaciones del canal, una lectura más precisa se empieza a hacer desde el año 2014 exclusivamente en la plataforma y luego desde el 2018, una más amplia sumando los datos de las redes sociales, dando un resultado que supera los 12 millones de conexiones en total. Al mismo tiempo, se cuenta con una videoteca con más de 2,300 contenidos de video especializado y se han realizado transmisiones descentralizadas de acciones artísticas, incluyendo nuestra primera transmisión internacional durante la feria de arte Arco Madrid 2019, en la que el Perú fue el país invitado y que constituyó un hito en la difusión

de las artes visuales del Perú, pues la feria contó con más de 100 mil visitantes y se produjo un producto audiovisual que resume la labor del Estado Peruano en la difusión de las artes.

Resultados cualitativos

El mejor resultado cualitativo del canal ha sido sobrevivir.

Un análisis somero de las iniciativas de comunicación diseñadas y organizadas por el Estado entrega un resultado negativo. Las coyunturas políticas impactan negativamente en esas acciones, primero con los cambios en las personas que toman decisiones, y luego, con el abandono de las diversas acciones emprendidas por los funcionarios que antecedieron a los entrantes y que suelen cancelarse o descuidarse. Una prueba de la afirmación anterior es que el Instituto Nacional de Cultura (INC), sobre cuya base se desarrollará el Ministerio de Cultura, contó con un centro de producción audiovisual completamente equipado, el que generó contenido artístico que no está disponible, porque no se desarrolló una política de protección de ese material perdiéndose registros y productos históricos que deberían ser parte del acervo del Ministerio, el que no tiene recuperación.

Mirando de manera positiva los resultados del canal, podemos decir que su importancia radica en que ha mantenido un nivel sostenido en la distribución de contenidos, generando valor en la marca cultura24.tv a través de acciones no solo al interior del Ministerio de Cultura, sino integrándose también al sector, respaldando sus acciones artísticas, a veces como acompañantes y otras como impulsores de esas iniciativas, reconociendo el aporte del sector y coproduciendo o difundiendo productos que también generan valor al artista o sector involucrado. En muchos casos se ha contribuido decididamente a la emergencia de un artista, corriente o actividad, como ocurre con el arte amazónico, que ha tenido en cultura24.tv a un aliado incondicional o acciones de los elencos nacionales, que aunque son parte del Ministerio de Cultura realizan una importante labor de producción cultural ávida de pantallas para ampliar su alcance, pasa lo mismo con la alianza que el canal mantiene con el Gran Teatro Nacional, con quien se coproducen semanalmente contenidos o el grupo Yuyachkani, con quienes se han registrado 6 obras fundamentales de su repertorio con la política de preservarlas y mantenerlas disponibles para un público que reconoce su valor por experiencia, como para aquellos que no conocen su obra (fundamentalmente jóvenes), pero que podrán reconocer a su país interpretado desde las artes escénicas.

También ha sido un honor producir contenido para la iniciativa “Aprendo en casa”, del Ministerio de Educación o haber transmitido en vivo uno de los primeros conciertos de reactivación con público desde el Parque de la Exposición en una sesión maratónica de cinco horas, además de todo el tiempo de preparación. Al mismo tiempo, colaboramos con TVPerú en el intercambio de algunos materiales y mantenemos un vínculo positivo con importantes artistas y sus acciones, como Óscar Naters e Integro, la organización de la feria de arte Art-Lima, así como instituciones fundamentales como la Cancillería para quienes produjimos un material audiovisual que se exhibe en las embajadas del Perú en el mundo. Además de otras colaboraciones que agregan contenidos de valor al canal.

Nuevos escenarios

Entendiendo que cultura24.tv prácticamente nace con la década pasada, su primera formulación corresponde a cómo funcionaba en ese momento el consumo de internet tanto desde las formas, como desde los contenidos. Ahora, diez después, las formas de consumo de contenidos de internet, los recursos tecnológicos, los soportes e inclusive los mismos contenidos están cambiando, lo que va exigiendo ajustes progresivos. Por ello, se han ido incorporando ajustes de diversa índole:

- Uso de redes sociales no solo para efectos de difusión, sino como herramienta de distribución de contenidos de video.
- Rediseño de la página para convertir la plataforma en adaptable (responsive), permitiendo que los usuarios disfruten de la experiencia de conexión y uso de los recursos de la página desde distintos tipos de dispositivo. Esto es importante porque se ha demostrado estadísticamente que desde este año, el acceso a cultura24.tv se da en igual proporción desde dispositivos móviles como desde computadoras de escritorio.
- Rediseño de productos en video, modificando duraciones, segmentación o lenguaje.
- Integración de nuevas aplicaciones o sistemas de trabajo como los programas de videoconferencia: Zoom, Meet, Teams, Jitsi Meet, Blue Jeans, entre otros, que se han convertido en una herramienta muy importante en medio del cambio de escenario que significó la Pandemia. Definitivamente, la transmisión de acciones presenciales fue superada largamente por su equivalente virtual y esta

nueva realidad no cambiará significativamente, porque además, contribuye con la reducción de costos en desplazamiento, así como en una mayor practicidad.

- La Pandemia no solo significó una mayor cantidad de contenidos remotos, sino que al condicionar la cantidad de público en los espectáculos, convirtió a cultura24.tv en una presencia constante, reemplazando esos sitios vacíos en las salas por personas conectadas a las transmisiones.
- En relación con la producción audiovisual misma, las salas o espacios en los que se producen acciones artísticas tenían poca preparación para incorporar en sus productos la presencia de equipo de televisión, por lo que el registro o transmisión del contenido ha pasado de una evaluación negativa, casi como un mal necesario, a una inclusión inevitable de espacios para cámaras de video, a ser considerados como socios en busca del objetivo común de alcanzar a los públicos perdidos.

Estos nuevos escenarios están generando un repensar constante del uso de recursos humanos, equipamiento y acciones de difusión y posicionamiento de forma que las diferentes capacidades del canal se irán reformulando constantemente como parte de la necesidad de mantenerse al día.

Descentralización

La creación artística nacional es abundante y se produce en mejores o peores condiciones, en todo el territorio. Sin embargo, el acceso del público a esa producción es limitado en cantidad y calidad. Las condiciones en que se produce a nivel nacional dependen de diversos factores, entre ellos, la calidad de la infraestructura cultural con la que se cuenta, los recursos para registro y producción de contenido, así como la poca importancia que se le ha dado a esto último, hace que teniendo un alto valor artístico y cultural no conste más allá de los espectadores que presencian in situ, esas acciones.

Cultura24.tv ha realizado y realiza acciones de registro, transmisión y retransmisión desde distintas regiones del país, sin embargo, considero que debemos independizar a las diferentes regiones en la capacidad de producir y distribuir contenidos localmente, implementando una red nacional.

Para llevar adelante esta posibilidad se están considerando los siguientes aspectos:

- Evaluación de la infraestructura cultural en las Direcciones Desconcentradas de Cultura (DDC). Esto debido a que lo ideal es ofrecer las mejores condiciones posibles para los gestores y/o artistas que requieren espacios para presentar sus

espectáculos y también debido a que teniendo el ancho de banda necesario, es viable realizar transmisiones en vivo desde el lugar.

- Evaluación para la implementación de equipamiento de registro y transmisión de contenido audiovisual.
- Diseño de un plan de capacitación en técnica de producción audiovisual y transmisión de live video streaming.
- Búsqueda de recursos a través de la cooperación técnica internacional.
- Plan de programación de productos culturales a nivel regional. Este debe incluir a las organizaciones o colectivos de artistas en el diseño de esa programación.
- Cultura24.tv actuaría como nodo para la distribución de esa programación.

Entendiendo que este plan debe ser progresivo, se propone elegir las tres primeras regiones para implementar planes piloto y evaluar las posibilidades de su implementación a nivel nacional.



Imagen de actriz interpretando a sacerdotisa durante acto de pago a la tierra en Caral durante registro audiovisual de cultura24.tv



Imagen del concierto de la Orquesta Sinfónica Nacional en la ciudad de Iquitos durante una gira en el año 2018.



Imagen de entrevista en la ciudad de Iquitos luego de la presentación de la Orquesta Sinfónica Nacional durante una gira en el año 2018.

El futuro del contenido histórico

Los emprendimientos audiovisuales suelen obedecer a una temporalidad. Su vigencia depende de cuán recordado un contenido es, aunque los contenidos no deberían de perder valor nunca, por lo menos en la necesidad de ser estudiados o revisados en el futuro. Sin embargo, el país no tiene una política de preservación audiovisual. Debido a esto, mucho material audiovisual histórico se ha perdido de manera irremediable.

También se debe reconocer que muchos artistas no le otorgan valor a los registros de sus obras, o si lo tienen, no disponen del mismo como un testimonio valioso, sino le dan el fin utilitario y de corta de la difusión mientras ocurre la obra.

Entendiendo esta problemática cultura24.tv condiciona el registro o transmisión solicitado por un artista o institución a la firma de un documento de autorización para el uso y preservación de dichos materiales sin fin de lucro alguno y exclusivamente en el canal. De esa forma se trata de proteger materiales que de otra manera habrían desaparecido irremediabilmente.

Por ello, uno de los proyectos en desarrollo en cultura24.tv es la adquisición de un sistema de almacenamiento de alta capacidad, que se convierta en el repositorio de esos contenidos, preservando y generando acceso a la ciudadanía a dichos materiales para fines de investigación, disfrute o difusión de los mismos.

De esa manera, los más de dos mil trescientos contenidos más los que se sigan generando, estarán disponibles a través de la web, pero también podrán ser consultados en espacios de investigación y a futuro interconectados con otras bases de datos de video como la de la Biblioteca Nacional del Perú (BNP), que se encuentra en una situación similar respecto del patrimonio audiovisual con el que cuenta.



Imagen de documental producido por cultura24.tv sobre la trayectoria de Jorge Acuña, el emblemático mimo peruano. Este material forma parte del archivo del canal.

3.4. CONCLUSIONES

El proceso de diseño de un medio de comunicación moderno nace con objetivos, metodología de trabajo y procesos que son consecuencia de una investigación, pero aquellos deben ser revisados permanentemente debido a la naturaleza progresivamente cambiante de estos medios, sobre todo, como consecuencia de dos aspectos: los avances tecnológicos y la evolución de los públicos.

El canal de TV WEB o canal de TV en línea de la Dirección de Artes del Ministerio de Cultura atiende a prácticamente todo el Ministerio, pero su objetivo fundamental es la promoción de las artes y la cultura.

Todos los canales de TV en línea parten de la convergencia entre TV y WEB, aunque en medio de estos dos conceptos se encuentra el contenido, que es el elemento clave para la definición del propio canal, y que debe adaptar nuevos lenguajes o formas de acuerdo a la exigencia del usuario.

La propuesta de trabajo inicial del canal fue trabajar específicamente contenidos relacionados a las acciones de cultura viva comunitaria, pero un cambio no planeado en esa actividad, hizo replantear los contenidos y formatos reorientando el canal a un público más amplio. Esto ayudó a su consolidación y como consecuencia de esa modificación se produjo el cambio de denominación de canal de puntos de cultura ubicado en www.puntosdecultura.pe a www.cultura24.tv.

Uno de los desafíos permanentes del canal es la condición de trabajar con un equipo reducido de personal. Durante la mayor parte de su historia el canal tuvo como personal permanente a solo dos miembros. Recientemente ha llegado a contar con 6 personas y se espera que con el retorno a la presencialidad este número aumente con la inclusión de personal voluntario. Esta es una necesidad basada en los objetivos de crecimiento planteados desde el 2022 en adelante.

La plataforma web www.cultura24.tv es la base con la que funciona el programa y se ha complementado y reforzado de manera positiva con el fanpage del canal <https://www.facebook.com/cultura24.tv>, ampliando el alcance del medio y sirviendo de referencia para el usuario más general. Además de esto, el canal cuenta con una cuenta de referencia en Youtube, así como un perfil en la aplicación Instagram.

La colección de contenidos del canal es, en este momento, la más importante del Perú dedicada a las artes y a la cultura y es prioritario que se preserve, pues es un aporte a la historia del país y representa los esfuerzos realizados por artistas y creadores de todo el Perú. Como se ha escrito en el tercer capítulo de este trabajo, es prioritario impulsar un proyecto de preservación de esos contenidos.

Como parte de la evolución de la TV en línea, se ha hecho menester que cada institución tenga la capacidad de realizar emisiones en vivo de sus acciones dirigiéndose tanto a los miembros de la misma organización como a la comunidad en general y dependiendo de sus objetivos, a una audiencia regional, nacional o global.

El conocimiento del manejo de los derechos de autor es un tema muy importante para cualquier acción de distribución de contenidos y es muy importante trabajar los aspectos legales que el uso de imágenes y sonidos implica para los productores.



REFERENCIAS

- Antolín-Prieto, Rebeca y otros. (2017). Explorando los factores que afectan al comportamiento de los consumidores en plataformas de live streaming, 2021.(Estudio). Revista Espacios, en línea. Obtenido de <https://1.revistaespacios.com/a21v42n14/a21v42n14p03.pdf>
- Barría Ortiz, Ricardo. (2016). Análisis del comportamiento del consumidor chileno en la industria de servicios de streaming en vivo. (*Tesis de Pregrado de acceso abierto*). Universidad Técnica Federico Santa María, Valparaíso. Obtenido de <https://repositorio.usm.cl/handle/11673/49509>
- Cruz Cornejo, Javier. (1 de Diciembre de 2016). Participio de presente. La imagen en live streaming. (*Trabajo de Fin de Máster*). Universidad Complutense de Madrid, Madrid. Repositorio Institucional de la UCM. Obtenido de https://eprints.ucm.es/id/eprint/24838/1/PARTICIPIO%20DE%20PRESENTE.%20LA%20IMAGEN%20EN%20LIVE%20STREAMING_JAVIER%20CRUZ_baja.pdf
- Egaña Rojas, Lucía. (2012). El streaming de vídeo como forma de creacion y difusión de discursos.(Artículo). Academia.edu. Obtenido de https://www.academia.edu/download/35794038/El_streaming_de_video_como_forma-Lucia_Egana.pdf

ANEXOS

ANEXO 1: Investigación COPILOTO para formulación del canal

COPILOTO
COMUNICACIONES

FINMA

CANAL CULTURA24.tv

Investigación sobre los contenidos en
el entorno digital.

Índice

1. Más difusión para más producción.
2. Las 3 G de nuestro contenido.
3. Permisos y apoyos.
4. Recomendaciones generales

1. Más difusión para más producción.

En los últimos años las cifras de producción cultural han venido en aumento. Este fenómeno ha devenido por varias circunstancias, la primera de ellas es el abaratamiento de las tecnologías, así mismo como la posibilidad de difundir gratuitamente por el internet.

En el Perú existe mucho contenido cultural y artístico en la red pero debido a su marginalidad no llegan a tener la audiencia que deberían tener. En ese sentido lo que se busca es difusión ya que el problema de la producción llega a ser solucionado por lo mencionado anteriormente: El abaratamiento de la tecnología.

2. Las 3G de nuestro contenido.

Es cierto que existe mucho contenido regado por la web, pero este debe tener ciertos criterios de comunicación y de calidad, además de todos los filtros que el Ministerio como institución quiera usar.

Gratuito: El contenido de fácil acceso, donde el usuario pueda compartirlo y hacerlo suyo.

Genuino: Que tenga una originalidad única que represente una expresión peruana y particular.

Genial: Todos nuestros contenidos debe tener bastante grados de entretenimiento, que generen interés y que divierta.

Recomendaciones generales

El contenido a pesar de su diversidad aún se limita a producciones donde evidentemente existe una mayor acceso a la tecnología y rangos de edad de 12 años a 34 años. Esto es positivo para el proyecto pero también devela espacios que necesitan ser atendidos y que serían un impulso relevante de parte del Ministerio de Cultura.

Programa de cocina. Un canal por internet a modo de tutorial sobre cocina, podría generar bastante audiencia.

Programa de eventos y concierto. No existe un programa que tenga ese rol fundamental de entretenimiento, y que se posicione en el internet como medio.

Programa de tutoriales. No existe un programa de tutoriales dedicado exclusivamente a hacernos la vida más fácil en el Perú con temas tecnológicos.

Recomendaciones generales

La audiencia debe ser la encargada de poner el contenido. Es decir a medida que la demanda vaya aumentando, el público ira eligiendo a partir de encuestas que tema es el que le interesa ver. Debemos encontrar contenido que pueda ser compartido, contenido relevante para nuestro audiencia.

Mapa de la presencia nacional frente a la presencia global del canal cultura24.tv



Manual de uso de marca.

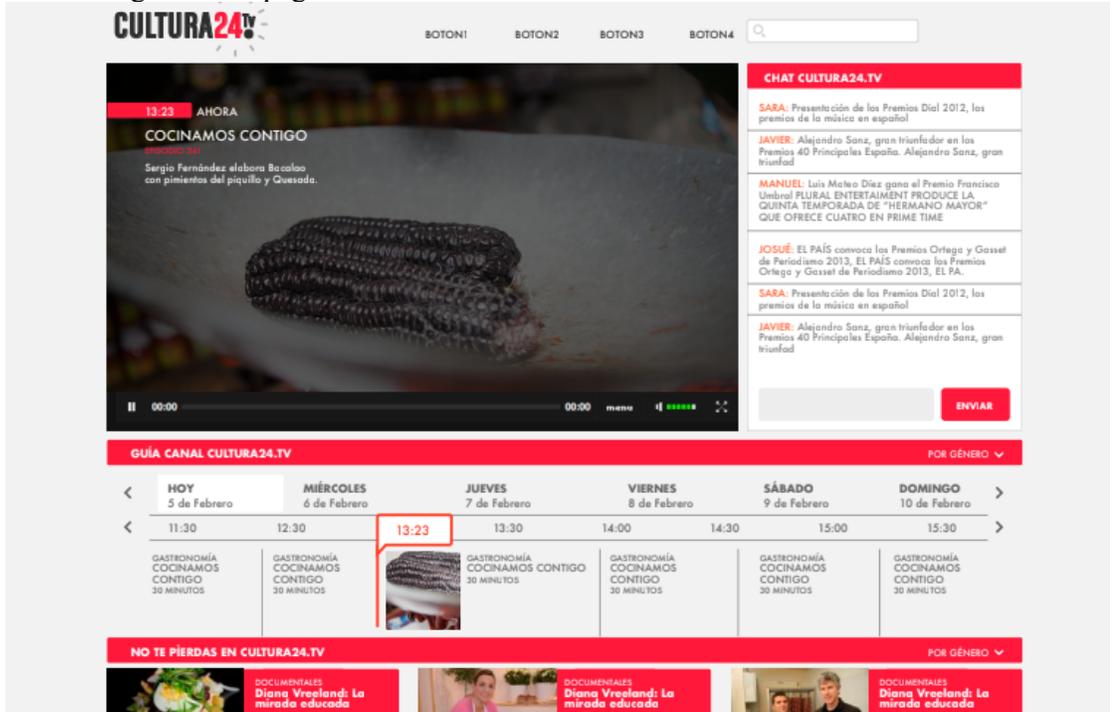
Herramienta clave para regular la presencia de marca del canal.



Diseño de la página cuando tenía la denominación: www.puntosdecultura.pe



Diseño original de la página de inicio del canal cultura24.tv



Diseño actual de la página



Muestra del uso de incrustación de la señal del canal en otra página, en este caso en la del diario El Comercio.

elcomercio.pe/foro-internacional-cultura-sigue-vivo-segundo-dia-evento-66677

El Comercio Foro Internacional de Cultura: sigue en vivo el segundo día d...

relacionados a las ponencias culturales en el mundo actual y su impacto en los diversos ámbitos de la sociedad y economía de los países participantes.

Podrás seguir el evento en directo desde aquí a partir de las 8:30 a.m.:

Ulla Holmquist
Directora del Museo del Banco Central de Reserva del Perú

Puedes consultar [aquí](#) los horarios y el programa completo del segundo día del Foro Internacional de Cultura 2017.

Reduce la flaccidez y realinea tu piel, remodelación corporal sin cirugía. Consulta Gratis. ¡Oferta 20% directa ahora!
www.clinicaccontinental.com Más información

¡Seguridad para tu hogar!
¡Empieza hoy a proteger a tu familia! Llévate y obtén el 40% de descuento en el Kit de Alarma inalámbrica Versure.
<http://www.versure.pe/> Más información

AMBULANCIAS
TRANSMEDICA S.A.
Alquiler de Ambulancias
Rurales 4x4, Doble Tracción, a nivel nacional. Para empresas, MINERÍAS, PETROLERAS, DE ENERGÍA, CONSTRUCCIÓN Y PEAJES.
www.transmedica.com Más información

Recomendado por

LAS MÁS LEÍDAS

Documento de autorización que es firmado para usar contenido en el canal.

AUTORIZACIÓN DE USO DE VOZ E IMAGEN

Por el presente documento yo, _____, con Documento de Identidad (Tipo y N°) _____, con domicilio en _____ autorizo el uso de mi imagen y/o voz fijada con motivo de _____, a fin que puedan ser utilizadas en el marco de los programas y/o producciones que realice y/o transmita el canal web CULTURA24.TV, de titularidad del Ministerio de Cultura del Perú, con RUC 20536924273 y con domicilio en Av. Javier Prado N° 2465 San Borja, Lima, Perú.

La presente licencia se otorga a título gratuito, para todo el mundo y por una vigencia indefinida. Asimismo, se brinda para que dichas fijaciones puedan ser reproducidas, distribuidas, transformadas, comunicadas públicamente, puestas a disposición del público y sincronizadas.

Firma:

Captura de pantalla post-transmisión en redes sociales, en este caso, Facebook.



CULTURA 24 TV Cultura24.tv transmitió en vivo. ...
Publicado por Robert Palacios Castro [?] · 11 de mayo ·

Temporada de coreógrafos Internacional 2018, desde el Gran Teatro Nacional.



Tu video es popular entre mujeres de 25-34 años [Promocionar publicación](#)

9,8 mil reproducciones

Portada de cuenta en Facebook



Política Nacional de Cultura al 2030
Por el Perú que queremos
www.gob.pe/cultura **EL PERÚ PRIMERO**

#PolíticaDeCultura2030 [Editar](#)

CULTURA 24 TV
Cultura24.tv
@cultura24.tv · Canal de televisión [Editar "Ver video"](#)