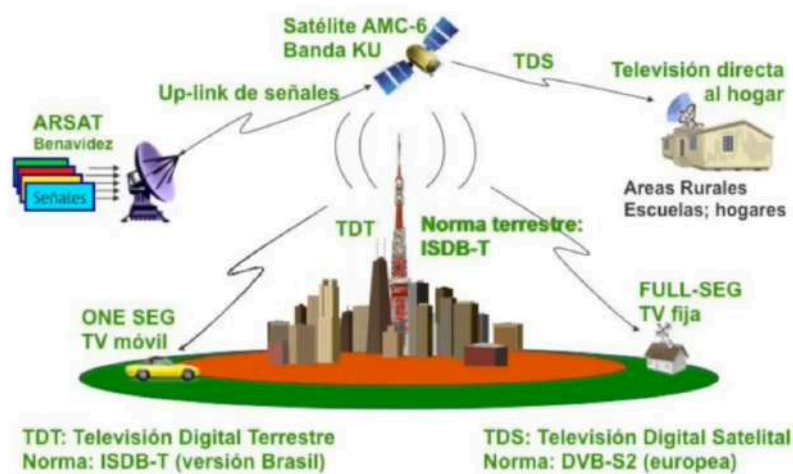


Modelos de TV

Antecedente de la TV: RADIO.

TV (Radio con imagen)



TV aire

Comenzó con transmisiones de películas, ficciones. Luego, cuando la técnica lo permitió, transmisiones de programas grabados de ficción.

Antena transmisora en las ciudades:

TV DIGITAL

AUTO: TV móvil. Televisión digital terrestre.

CASA: Antena fija en zona secundaria. Recibe una norma general terrestre. Televisión digital satelital.

Satélite transmite a una antena (ARSAT, por ejemplo), y a través de las señales es que lo vemos en nuestras casas. En cambio, hay casas rurales que pueden tener televisión directa al hogar a través de esos mismos satélites.

TV COMERCIAL

A medida que más habitantes están comprendidos dentro del radio de la TV ABIERTA, gratuita, comercial, más mercado tendremos y más capacidad productiva.

MÁS DENSIDAD POBLACIONAL = MÁS PÚBLICO, más valor de la TV en esa zona específica. Esto también depende de su nivel socioeconómico.

Por ejemplo, transmitir y comprar publicidad en NY es muchísimo más caro que en Buenos Aires, simplemente por la densidad de audiencia.

La televisión se diferencia de la comunicación porque **la televisión** transmite de un emisor a indeterminados receptores no se puede saber cuántos receptores están viendo simultáneamente una transmisión. En **las comunicaciones**, internet está bajo esa órbita, uno puede ver las direcciones ip de cuánta gente está recibiendo un stream, por lo cual por lo cual podría saber quiénes son los receptores, dejan de ser indeterminados para ser determinados.

- Tenencia en manos del estado nacional, quien determina el modelo de uso y explotación del servicio.
 - Subordinación a los acuerdos internacionales.
 - En Argentina la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual legisla sobre radio, TV abierta y TV de pago.
-
- Televisión abierta (Analógica o Digital)
 - Emisión por ondas hertzianas terrestres.
 - Transmisor con antena y receptor por antena.
 - Bandas posibles VHF y UHF
 - Espectro limitado por las frecuencias disponibles en una zona.
 - Alcance limitado por la potencia habilitada (Mercado Potencial de espectadores)

Modelos de la Televisión Tradicional

- **Televisión abierta pública**
 - BBC.
 - La producción de contenido se paga cobrando un Canon** (impuesto regresivo - es una tasa fija, se le cobra lo mismo a un millonario que a alguien de clase baja). Es un SERVICIO PÚBLICO.
 - De subvención directa**: menos regresiva pero más gubernamental (**presupuesto público**).
 - Indiferencia del consumo televisivo efectivo (no importa que no tenga rating, lo que importa es el contenido).
 - Falta de flexibilidad en estructuras fuertemente burocráticas (los periodistas contratados deben ser **imparciales**, comunicar profesionalmente y de manera clara, si no, los echan, porque son las políticas de la TV pública).
- **Televisión abierta comercial o publicitaria**
 - Se independiza de los gobiernos logrando **influencia política propia**.
 - Se producen programas para **captar ciertas audiencias y venderlas a los anunciantes**. (Por eso hay programas con diferentes ideologías políticas, para captar una audiencia específica).
 - Vende paquetes de espectadores a los anunciantes** (Producción de la audiencia)
 - Se privilegia al **anunciante sobre el espectador**. (Es decir, si el canal publicita a Banco Provincia, no va a hablar mal de Banco Provincia ni emitir programas que hablen mal de éste). Si al programa le va mal y tiene poca audiencia, se saca del aire, ya que el precio de la publicidad baja (y el canal gana menos).
 - Nivel B, C1: mayor nivel socioeconómico. Ej: publicidades de productos premium.
 - Juega un papel preponderante la medición de audiencias.
 - Este es el modelo de TV en Argentina.
- **Televisión de pago (TDH, CABLE)**
 - Actividad privada.
 - Tendencia a la regionalización y a la operación multisistema (MSO)
 - Despilfarro de recursos por la obligación de emitir aunque no tenga recepción.
 - Restringe el acceso a un bien público.

- *Algunas variantes*
 - Abiertos comerciales que son señales destinadas al pago fuera de su localidad. (Ej. Telefe es un canal de pago en Córdoba).
 - Canales públicos obligados al autofinanciamiento.
 - Corporaciones Multimedios que promueven intercambios entre sus diversas empresas de comunicaciones.

Comercialización

-Así como las empresas pagan por publicidad y pagan el espacio en la televisión, ese dinero que ellos pagan también está puesto en el producto que nosotros compramos.

EJ: NOSOTROS pagamos dicha publicidad (arroz marolio), con el IVA que nos cobraron comprando ese producto (arroz marolio). Así sigue la cadena de publicidad, compra y venta.

-La comercialización es lo que le da vida y existencia a los productos (Rojze dice que los políticos no existen sin los medios y los productos tampoco. Pero en cambio, los políticos tienen aire gratis y los productos tienen que pagar).

-"Nuestro sistema de televisión es un **diálogo entre empresas de comunicación altamente concentradas y empresas comerciales altamente concentradas** (o sea el gerente de un grupo bancario que habla con el gerente de un canal de televisión el gerente de una compañía que tiene 26 mil marcas de alimentos y es dueño de la góndola de los supermercados que habla con el gerente de cada de televisión que el gerente canal de televisión ese gerente de cadena de televisión la radio las 26.000 radios los 10.000 los 10.000 canales que tienen interior los diarios y los servicios de internet la telefonía todas las empresas concentradas) **que deciden qué es lo que ustedes van a ver y creer acerca de la realidad.**"

Texto incluido en la Ley de Radiodifusión (1980) Derogada

...

Gratuidad de la recepción.

Artículo 6° La recepción de las emisiones de radiodifusión será gratuita, con excepción de las generadas por los servicios complementarios. La tenencia y el uso de los receptores estarán exentos de todo gravamen.

...

Texto incluido en la Ley de Servicios de Comunicación audiovisual (2009) Vigente.

...

ARTICULO 8º - Carácter de la recepción. La recepción de las emisiones de radiodifusión abierta es gratuita. La recepción de las emisiones de radiodifusión por suscripción o abono podrá ser onerosa, en las condiciones que fije la reglamentación.

....

- Derogada (1980): tenía que ser gratis para todos, tuvieran o no televisión, a excepción de las emisiones generadas por servicios complementarios. (No se pueden cobrar impuestos)
- Vigente (2009): lo mismo que antes pero con otras palabras.