

CCTV-E o la televisión en español desde China: audiencias y contenidos

Dani Madrid-Morales

Universitat Oberta Catalunya (www.uoc.edu)

dmadridm@uoc.edu | @D_MadridM

¿Qué?

- El concepto de diplomacia pública y su relación con la radiodifusión internacional.
- Los esfuerzos de internacionalización del sector de la comunicación en China.
- El caso del canal 'CCTV-Español': contenidos y audiencias.

Representaciones de China

- Las autoridades chinas—y también la sociedad civil—han reiterado su preocupación ante lo negativo de las narrativas informativas en relación a China
- El punto de máxima hostilidad llega durante los meses previos a los JJOO de Pekín 2008

¿Por qué?

- La repetida disparidad de percepciones entre la representación y la auto-representación de China
- Focalización de las investigaciones existentes en los casos en lengua inglesa
- El profundo desconocimiento de lo complejo del ecosistema mediático chino

Diplomacia pública

“a government’s process of communication with foreign publics in an attempt to bring about understanding for its nation’s ideas and ideals, its institutions and culture, as well as its national goals and policies”

Hans Tuch (1990): *Communicating with the World: US public diplomacy overseas*. Nueva York: St. Martin’s (p. 3)

Escuchar

Promover

Diplomacia Cultural

Diplomacia Humana

Radiodifusión internacional

Radiodifusión internacional (IBC)

- Es una herramienta para la auto-representación (*nation branding*)
- Es un instrumento para la construcción de narrativas y para el *encuadre* de las cuestiones relevantes en el mercado informativo global

IBC= recursos + credibilidad + audiencias

China 'sale fuera' (走出去)

- El triple diagnóstico de Li Changchun:
 1. Son necesarios esfuerzos para superar la falta de influencia de China en los medios internacionales;
 2. Es necesaria una política de 'salir afuera' que incluya radio, prensa y televisión;
 3. Se requiere una urgente profesionalización en los ámbitos de la información y la comunicación.

'CCTV News, Your Link To Asia'



2000



2004

2010



2004

2010



CCTV-Español | Evolución

- Ene-2004 | Período de pruebas – CCTV-9
- Oct-2004 | CCTV-E&F
- Oct-2007 | CCTV-E
- Dic-2010 | Centro de emisiones Brasil

CCTV-Español | Misión

“(...) promover la excelencia de la cultura china, comunicar los éxitos de la construcción comunista de China, presentar los principios y posiciones de China, y establecer una buena imagen de la China socialista.”

Zhao Huayong (2008): *Zhongyang Dianshitai Pinpai Zhanlüe*. Pequín: China Radio & Television Publishing House (p. 61)

CCTV-Español | Misión

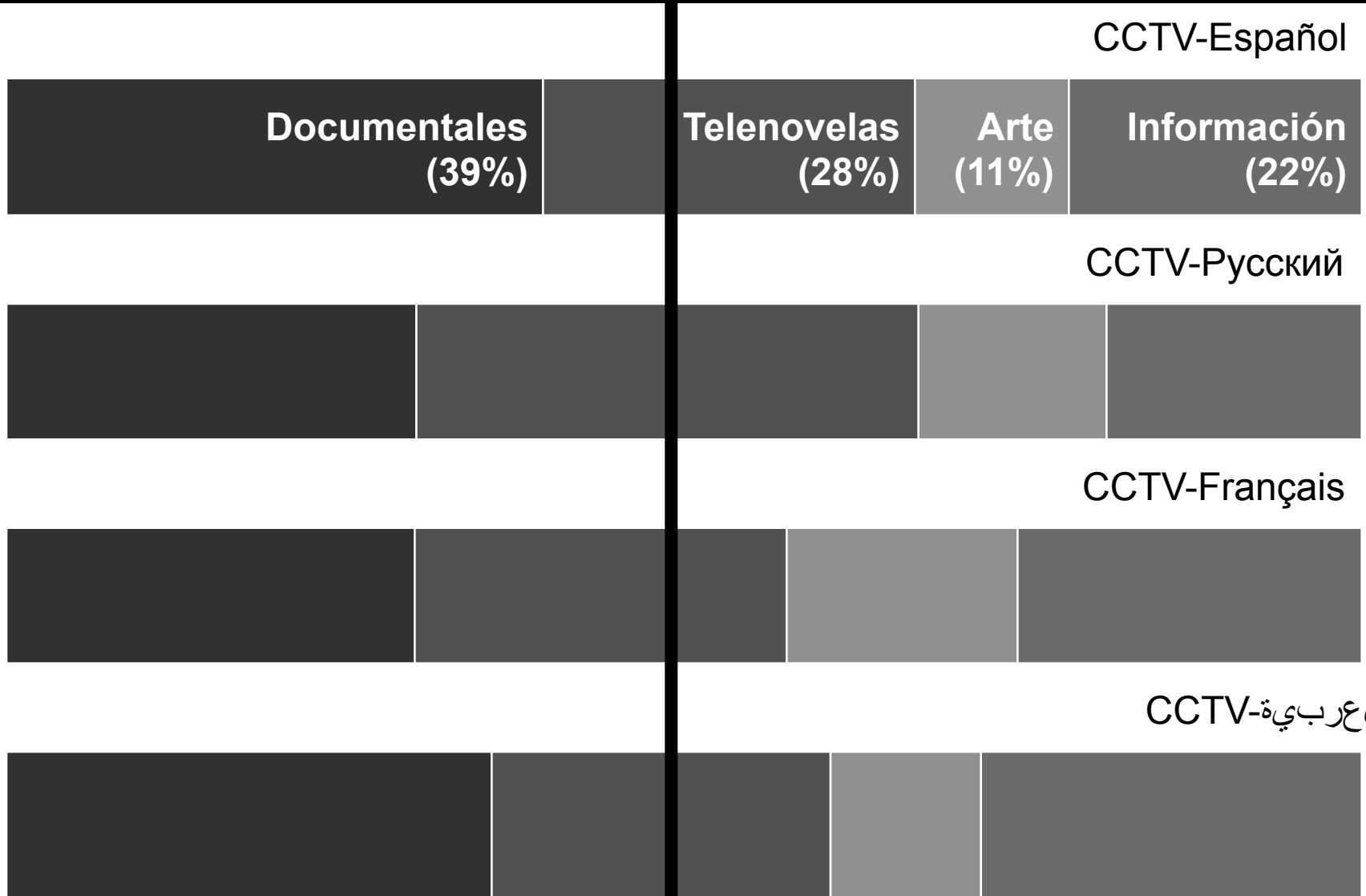
“CCTV-E, el canal español de la Televisión Central de China, **la ventana hacia el mundo de China**”

Fuente: <http://espanol.cntv.cn/20101227/107551.shtml>

CCTV-Español | Contenidos



CCTV-Español | Contenidos



CCTV-Español | Producción

La redacción de CCTV-E no está pensada para la producción de contenido propio, sino para la reproducción



Noticiero | Contenidos

Segmento I. Información Nacional

- Actividad líderes del PCCh por jerarquía
- Reuniones bilaterales y visitas de líderes extranjeros
- Informes sobre éxitos económicos
- Eventos históricos destacables

Segmento II. Información Internacional

- Principalmente información sobre Asia
- Presencia de valores noticia tales como estacionalidad, conflictividad o unicidad
- En menor medida, eventos ligados a América Latina

Segmento III. Información Cultural

- Festivales y ejemplos de cultura 'tradicional China'
- China, escenario de la cultura 'no-China'
- Estreno en las industrias culturales chinas

Noticiario | División geográfica



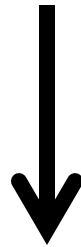
Noticiario | Recurrencia tópica



CCTV-Español | Audiencias

2008 | 2,2 millones espectadores potenciales

2010 | 15,5 millones espectadores potenciales



14 millones de espectadores potenciales
viven en EEUU

Fuente: <http://blog.cntv.cn/7089247-1110.html>

CCTV-Español | Audiencias

- La 'elites globales' y los 'líderes de opinión' son una parte de la audiencia potencial de las emisiones internacionales de CCTV/CRI
- Sin embargo, el 'gran público' es potencialmente una audiencia más realista y adecuada a los contenidos del canal

Ideas finales

- El desarrollo de las emisiones internacionales en China parte de tres conceptos:

Cantidad

Diversidad

Calidad

Ideas finales

- Las emisiones internacionales de CCTV tienen potencial para llegar a un público genérico a través de ‘producciones culturales’.
- La fijación en influir a líderes de opinión es incompatible con el modelo de periodismo de la CCTV.

Ideas finales

- Sin la superación de las percepciones de televisión controlada y de propaganda, no hay posibilidades de llegar a los líderes de opinión.
- Las limitaciones político-administrativas en el proceso de producción merman los esfuerzos de competir con otras cadenas de ámbito global.

Ideas finales

- Además, la falta de 'profesionalidad' en algunas producciones limita el impacto y la calidad de las emisiones.
- Es necesario dar tiempo para el pleno desarrollo de las emisiones internacionales de China, pero los costes operacionales pueden ser un problema.

CCTV-E o la televisión en español desde China: audiencias y contenidos

Dani Madrid-Morales

Universitat Oberta Catalunya (www.uoc.edu)

dmadridm@uoc.edu | @D_MadridM