

Fondo CNTV 2017
Oferta, consumo y evaluaciones

Departamento de Estudios
2018

CONTENIDOS

PRESENTACIÓN	3
METODOLOGÍA.....	4
I. RESEÑA HISTÓRICA	6
II. OFERTA DE PROGRAMAS DEL FONDO CNTV	10
III. CONSUMO DE PROGRAMAS DEL FONDO CNTV	14
IV. ANÁLISIS DE AUDIENCIA	19
V. REFLEXIONES FINALES	26
REFERENCIAS	28

PRESENTACIÓN

El siguiente informe ofrece una descripción de la oferta y el consumo de programas televisivos que fueron financiados a través del Fondo de Apoyo a Programas Culturales del Consejo Nacional de Televisión, CNTV, y exhibidos durante el año 2017.

Según el artículo 12, letra b) de la Ley 18.838 y sus modificaciones, el Consejo Nacional de Televisión tiene la atribución de *promover, financiar o subsidiar la producción, los costos de transmisión o la difusión de programas de alto nivel cultural, de interés nacional, regional, local o comunitario; de contenido educativo; que propendan a la difusión de los valores cívicos y democráticos; o que promuevan la diversidad en los contenidos televisivos y reflejen la conformación plural de la sociedad, así calificados por el Consejo.*

Asimismo, la normativa establece que dichos recursos serán asignados vía concurso público, *en el que podrán participar concesionarias de servicios de radiodifusión televisiva de libre recepción y productores independientes*¹.

El documento que se presenta a continuación se divide en cinco partes: la primera incluye una reseña histórica del Fondo de Apoyo a Programas Culturales del CNTV; la segunda, contempla una caracterización de la oferta de programas; la tercera sección contiene un análisis del consumo; luego, se entrega una descripción de la audiencia más específica, utilizando variables como rating, cantidad de hogares y personas y la afinidad; el último apartado considera reflexiones respecto de la información recogida.

La sistematización de los antecedentes aquí descritos permite tener un conocimiento preciso sobre el comportamiento de la industria televisiva y las audiencias respecto a la programación del Fondo CNTV. Desde esa perspectiva, entrega elementos para evaluar la política pública orientada a la producción audiovisual de calidad. Además, constituye un informe útil para las áreas de estudio de los canales de televisión, investigadores, profesionales y estudiantes de disciplinas vinculadas con las ciencias de la comunicación.

¹ Artículo n°12, Letra b), inciso 2. Ley 18.838 y sus modificaciones

METODOLOGÍA

Este informe es una sistematización de datos de diversas fuentes. Se basa, fundamentalmente, en datos de oferta y consumo de programas financiados por el Fondo CNTV, provenientes del estudio *People Meter*. También se usan datos de la Encuesta de Evaluación de este fondo, realizada en diciembre de 2017 por vía telefónica a una muestra nacional.

UNIDAD DE OBSERVACIÓN

Oferta programática y consumo televisivo de los seis canales de libre recepción y cobertura nacional adscritos al estudio *People Meter*: La Red, Corporación de Televisión de la Universidad Católica de Valparaíso –UCVTV-, Televisión Nacional de Chile –TVN-, Mega, Chilevisión y Canal 13.

UNIDAD DE ANÁLISIS

Tiempo total en horas de oferta programática -45.812 horas- y consumo televisivo - 813 horas promedio por persona-, durante 2017.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Estudio People Meter (Kantar IBOPE Media). Hogares (n = 648) y personas (n = 2.086 personas).
- Encuesta de Evaluación del Fondo CNTV (n = 1.102).

VARIABLES ANALIZADAS

Se clasifican en variables de programación y de audiencia, de acuerdo a la tabla de la siguiente página:

Tabla N° 1. Variables del estudio

VARIABLES DE PROGRAMACIÓN	VARIABLES DE AUDIENCIA
Tiempo de emisión	Targets (edad, GSE y sexo)
Horario de emisión	ATV (universo y edad): tiempo de audiencia promedio por persona
Canal	Rating (individuos y hogares / porcentaje y miles)
Público objetivo	Afinidad
Programación del Fondo-CNTV	
Franjas horarias	
Temporada	

I. RESEÑA HISTÓRICA

El programa denominado Fondo de Apoyo a Programas Culturales fue creado en 1992 como un instrumento de fomento para la producción de programas de televisión. El Fondo CNTV no tiene fecha de término y el Estado le otorga anualmente, a través de la Ley de Presupuestos, los recursos necesarios para su realización.

La Ley nº 18.838 y sus modificaciones exige que los recursos sean asignados por medio de un concurso público, en el que pueden participar concesionarias de televisión de libre recepción y empresas productoras independientes. La selección final de los ganadores es realizada por los consejeros del CNTV, previa evaluación de un jurado externo especializado y de los profesionales del Departamento de Fomento Audiovisual del organismo.

En su primera versión, en 1993, el Fondo entregó 35 millones para el financiamiento de 5 proyectos. Dicho monto se ha incrementado de manera progresiva en los últimos 25 años: según un informe elaborado por la Dirección de Presupuesto del Ministerio de Hacienda, en 2005 los recursos asignados alcanzaban los \$1.003 millones, con 18 proyectos premiados². El año 2010, aun cuando se destinaron recursos a la reconstrucción de las zonas devastadas por el terremoto del 27 de febrero, el monto fue de \$3.105.662.

Al año siguiente, en 2011, la cifra aumentó a \$4.462.821, que se repartieron entre 14 líneas concursables. En esa oportunidad, con motivo del centenario del nacimiento de Roberto Matta, se añadió el Premio Especial Matta para programas sobre la vida y obra del pintor nacional.

En 2012, el Fondo CNTV entregó \$3.652.599.000 premiando 26 proyectos. La versión de 2013, benefició a 19 proyectos por un monto total de \$3.756.820.000. En 2014, otorgó \$3.088.082.000 entre 22 proyectos ganadores. En 2015 se premiaron 16 proyectos. En la edición 2016 el Fondo alcanzó a \$4.103.448.000, premiando 27 proyectos.

De acuerdo a las bases del concurso público correspondientes a 2017, la asignación de recursos para el Fondo CNTV ascendió a \$4.227.534.000 y se premió a 25 proyectos.

² Figueroa Burdiles, N.; Le Bert Montaldo, J. (2014); "Informe Final. Programa de Apoyo a Programas Culturales. Ministerio Secretaría General de Gobierno. Consejo Nacional de Televisión". Dirección de Presupuesto. División de Control de Gestión.

En los inicios de la postulación del Fondo, existía una categoría única, aspecto que también fue variando gradualmente. En 2004 había 6 categorías: Miniserie Histórica; Ficción; No Ficción; Regional; Niños hasta 6 años y Niños mayores de 6 años. Posteriormente, se agregaron las categorías, 'Apoyo a la Emisión de Documentales ya Realizados' (2005); 'Nuevas Temporadas de Programas ya Financiados por este Fondo' (2006); 'Microprogramas' (2008); y 'Programas de Procedencia e Interés Local' (2009).

En 2009 fue creado el Premio a la Excelencia, con el propósito de reconocer al programa ya emitido que mejor cumpla la misión y objetivos que el CNTV fomenta. En esa oportunidad, el ganador fue la serie *Los 80*³, realizada por Wood Producciones, dirigida por Boris Quercia y emitida por Canal 13. Se trata de una de las series más recordadas por el público.

En 2010 se incorporaron las categorías 'Telefilms'⁴ y 'Telenovelas'.

'Los 80', emitido por Canal 13



Actualmente, las bases contemplan ocho líneas concursables: series históricas o documentales históricos ficcionados; Ficción; No Ficción; Programas de Procedencia Regional; Programas orientados al público infantil preescolar de 3 a 6 años; Programas orientados al público infantil de 6 a 12 años; Nuevas temporadas de programas ya financiados por este Fondo; y Co-producciones internacionales.

La evaluación de los respectivos proyectos consta de dos etapas: Evaluación Técnica Financiera y Evaluación de contenido y calidad artística. El CNTV, mediante un concurso público, define una nómina de expertos nacionales e internacionales, responsables de realizar las evaluaciones técnica-financiera y de calidad y contenido artístico.

³ Este premio le significó la adjudicación de \$400.000.000 para el financiamiento de una nueva temporada.

⁴ En 2016 se eliminó la línea Telefilms y se reincorporó la de Microprogramas.

Un aspecto primordial, incluido en las bases del concurso, es que los responsables de los proyectos a los que se les asignan fondos tienen que garantizar la emisión del respectivo programa a través de un canal de cobertura nacional, regional o local, según la naturaleza y objetivos de cada línea concursable; y un canal de cobertura nacional y el interés de uno extranjero para la categoría de co-producción internacional⁵. Conforme a lo indicado en las bases, la primera emisión de un proyecto financiado por el Fondo CNTV deberá preferentemente efectuarse a través de una concesionaria nacional de libre recepción⁶.

Algunos de los programas financiados por el Fondo CNTV a lo largo de su historia son *Los archivos del Cardenal*, *31 minutos*, *Chile íntimo*, *Gen Mishima*, *Sub-terra*, *El Desquite*, *La travesía de Darwin*, *El vuelo de Huidobro*, *Teresa*, *Litoral*, *Leonardo Lui*, *Kiruzza Kiruzza*, *Geografía del Deseo*, *Amango*, *Heredia y Asociados*, *Ogú y Mampato en Rapa Nui*, *Nadie Me Entiende*, *Mistral*, *Cazadores de Ciencia*, *Viejo Zorro*, *Planeta Pérez Prado*, *Ciudadano K*, *Epopeya*, *Tikitiklip*, *Diego y Glot*, *Mi Mundo Privado*, *Justicia Para Todos* y *Mira Tú*.

PROGRAMAS EMITIDOS DURANTE 2017

A continuación, se presentan los espacios subsidiados al menos una vez por el Fondo CNTV y emitidos durante 2017, incluyendo tanto estrenos como repeticiones.

Es preciso indicar que existe un desfase de al menos un año entre la fecha de otorgamiento de los recursos a los proyectos ganadores y la fecha de emisión de los mismos por los canales de televisión abierta. El desglose considera los canales de televisión por los cuales se transmitieron:

Tabla N° 2. Producciones Fondo CNTV emitidas en TV abierta durante 2017

PROGRAMA	CANAL	PROGRAMA	CANAL
Alas para Julieta	UCVTV	Lord Cochrane. Capitán de mar y guerra	UCVTV
Bartolo	UCVTV	Mentes brillantes	UCVTV
Chile mundos sumergidos	UCVTV	Pasos de cumbia	UCVTV
Chile suena	UCVTV	Pequeñas criaturas de Chile	UCVTV
Cuenta la leyenda	UCVTV	Pequeño municipal	UCVTV
De punto fijo	UCVTV	Pueblo chico gente grande	UCVTV

⁵ Resolución Exenta n°53; Bases del llamado a Concurso Público para asignación del Fondo de Apoyo a Programas Culturales del año 2017.

⁶ *Ibid.*

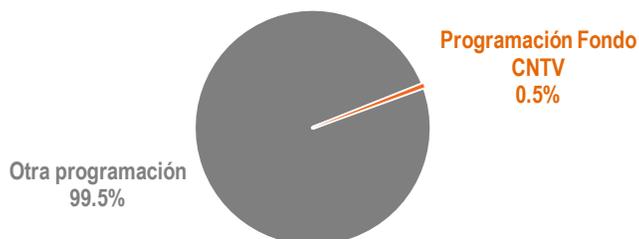
PROGRAMA	CANAL	PROGRAMA	CANAL
La memoria de mi padre	UCV TV	Territorios imaginados	UCVTV
Las aventuras de Muelín y Perlita	UCVTV	Un, dos, tres, a jugar	UCVTV
Vida conciencia	UCVTV	Puerto papel	TVN
62. Historia de un mundial	TVN	Réquiem de Chile	TVN
Camioneros	TVN	12 días que estremecieron a Chile	CHV
Chile íntimo	TVN	Cartas de mujer	CHV
Do remix	TVN	Hostal Morrison	CHV
Horacio y los plasticines	TVN	Violeta se fue a los cielos	CHV
Indígenas notables	TVN	Wild Chile	CHV
10 chilenos que están cambiando el mundo	TVN	Sin fronteras	La Red
Habitantes del Pacífico	TVN	Sueños latinoamericanos	Canal 13
Nano aventuras	TVN	Neruda, la serie	Mega
Operación verde	TVN		

II. OFERTA DE PROGRAMAS DEL FONDO CNTV

En esta sección se describe la oferta de los programas exhibidos durante el año 2017⁷ que fueron financiados por el Fondo CNTV, tanto en su proporción respecto del total de programación emitida durante el año, como en su distribución según distintas variables.

La participación de estos programas en la parrilla general es baja. En su conjunto, durante 2017, representaron menos del 1% del total de la pantalla anual de los canales de televisión.

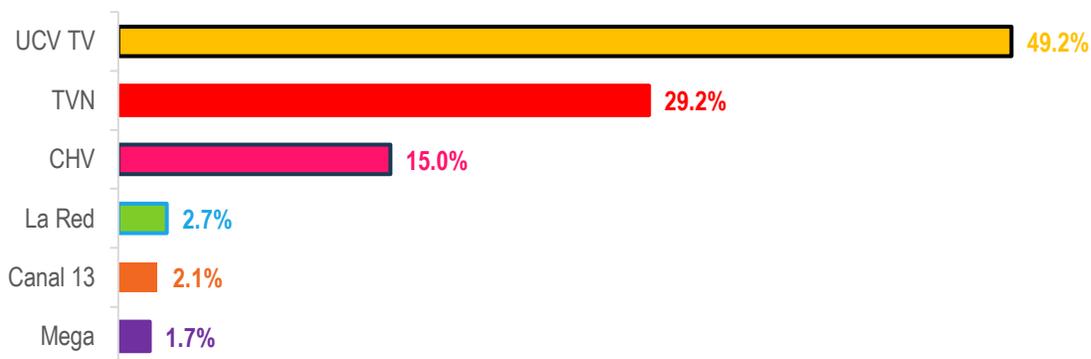
Gráfico N° 1. Distribución de oferta televisiva, Fondo CNTV vs. otra programación (%)



Medida en horas, la programación con financiamiento CNTV sumó un total de 224 horas en el año. De esta oferta, el 64% correspondió a estrenos y el 36% a repeticiones de programas que ya habían sido emitidos en otros años.

El gráfico muestra cómo se distribuyeron estos contenidos por canal de emisión:

Gráfico N° 2. Distribución de oferta del Fondo CNTV, por canal (%)



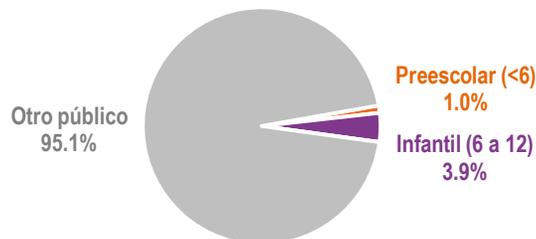
⁷ Solamente en canales de televisión abierta de alcance nacional.

Tal como ha ocurrido en años anteriores, dos canales concentraron la mayoría de las emisiones del Fondo CNTV: UCV TV, con 49%, y TVN, con 29%. En seguida se ubicó CHV, que transmitió un 15% del total de estos contenidos. Entre los demás canales, La Red programó el 2,7%, Canal 13 el 2,1% y Mega el 1,7%.

Esta situación puede explicarse, en parte, por el interés de UCV TV en las transmisiones destinadas a público infantil, de las cuales el Fondo CNTV cuenta con varios títulos.

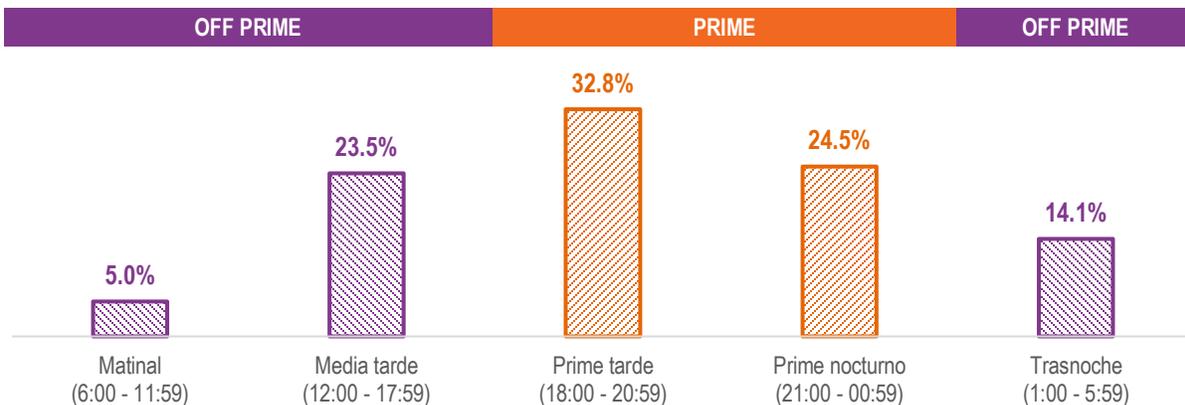
Como muestra el siguiente gráfico, casi un 5% de la programación del Fondo CNTV estuvo destinada a públicos menores de 12 años. El resto se orientó a público adulto o familiar. No hubo programas destinados a adolescentes -13 a 17 años-

Gráfico N° 3. Distribución de oferta del Fondo CNTV, según público objetivo (%)



Respecto a los horarios de emisión, más de la mitad de los contenidos -57,3%- se transmitió en horario prime, es decir, entre las 18:00 y las 00:00 horas.

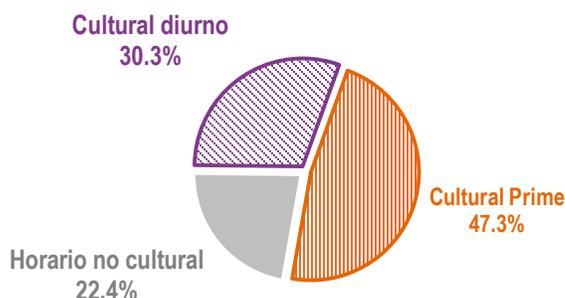
Gráfico N° 4. Distribución de oferta del Fondo CNTV, según franja (%)



Dentro del horario prime, el que se ha definido como *prime tarde* –entre las 18:00 y las 20:59 horas, antes del comienzo de los noticiarios- es el que tuvo más horas de programación del Fondo, con 32,8%. En tanto, el horario matinal –entre las 6:00 y las 11:59 horas- tuvo solamente 5% de las emisiones.

En cuanto a los horarios definidos para la programación cultural⁸, la mayor parte de este tipo de contenidos -77,6% en total- se emitió en ese horario.

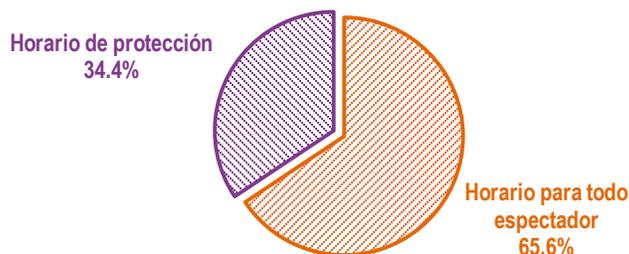
Gráfico N° 5. Distribución de programación del Fondo CNTV, según horario cultural (%)



Un poco menos de un cuarto de la programación del Fondo se emitió en otros horarios. Estas dos cifras reflejan que, aun cuando representó una parte menor del total de los programas de televisión, los canales ubicaron estos contenidos en franjas horarias de alta audiencia –por lo tanto, de buen rendimiento comercial- o en horarios definidos como de interés público.

En cuanto al horario para adultos, un poco más de un tercio se emitió después de las 22:00 horas. La mayor parte fue transmitida en horario para todo espectador.

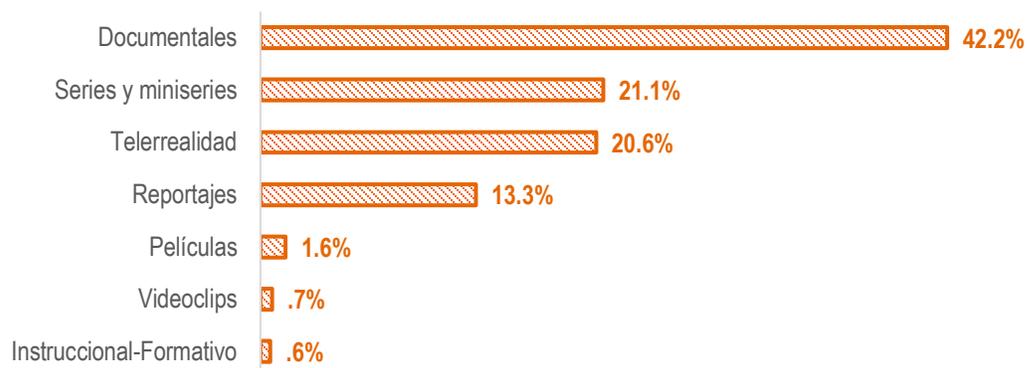
Gráfico N° 6. Distribución de programación del Fondo CNTV, según horario de protección infantil (%)



⁸ La norma cultural exige dos horas de programación cultural entre las 18:30 y las 00:00 horas, de lunes a domingo, y dos horas adicionales entre las 09:00 y las 18:30, también entre lunes y domingo. www.cntv.cl

Según género televisivo, la mayor parte de la oferta -42,2%- fueron documentales. Le siguen las series y miniseries, con 21,1%, los programas de telerrealidad – principalmente *docurreality*-, con 20,6%, los reportajes, con 13,3% y las películas, con 1,6%. Finalmente, hubo también videoclips y programas instruccionales-formativos, con menos de 1% de participación cada uno.

Gráfico N° 7. Distribución de programación del Fondo CNTV, según género televisivo (%)

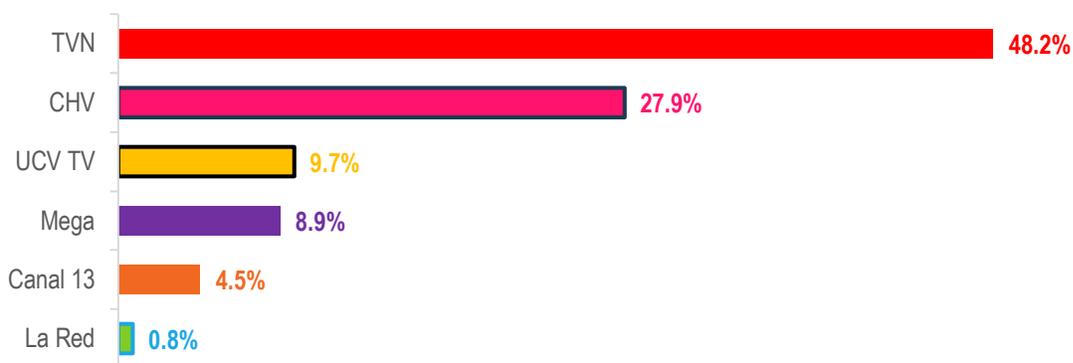


III. CONSUMO DE PROGRAMAS DEL FONDO CNTV

En total, durante 2017 el televidente vio en promedio 813 horas de televisión, de las cuales **2,13 horas** fueron de programación del Fondo: un 0,26%. Los programas con más tiempo promedio⁹ de consumo durante el año fueron '12 días que estremecieron a Chile', 'Wild Chile' –ambos de CHV-, '10 chilenos que están cambiando el mundo', '62. Historia de un mundial' –de TVN-, y la serie 'Neruda' –Mega-.

Como muestra el siguiente gráfico, la mayor parte del tiempo total que la audiencia vio esta programación, fue en TVN, con prácticamente la mitad del consumo total del Fondo. Le siguen CHV -27,9%-, UCVTV -9,7%-, Mega -8,9%-, Canal 13 -4,5%- y La Red -0,8%-.

Gráfico N° 8. Distribución de horas consumo del Fondo CNTV, por canal (%)



En cuanto a la relación entre tiempo de consumo y oferta, ésta depende básicamente de dos factores: el canal en que se emita el programa y la audiencia promedio de dicho canal.

Los canales que normalmente obtienen los más altos *ratings* fueron, también, los que consiguieron mejores rendimientos con los programas del Fondo CNTV.

Por ejemplo, como muestra la siguiente tabla, Mega -con una oferta de sólo 3,9 horas, equivalentes a 1,7% del total-, logró captar un 8,9% del tiempo promedio por televidente. Esto es, con la sola emisión de la serie 'Neruda', dicho canal obtuvo un rendimiento de 5,1 veces más horas vistas que horas ofrecidas.

⁹ El tiempo promedio de consumo y el rating son medidas distintas.

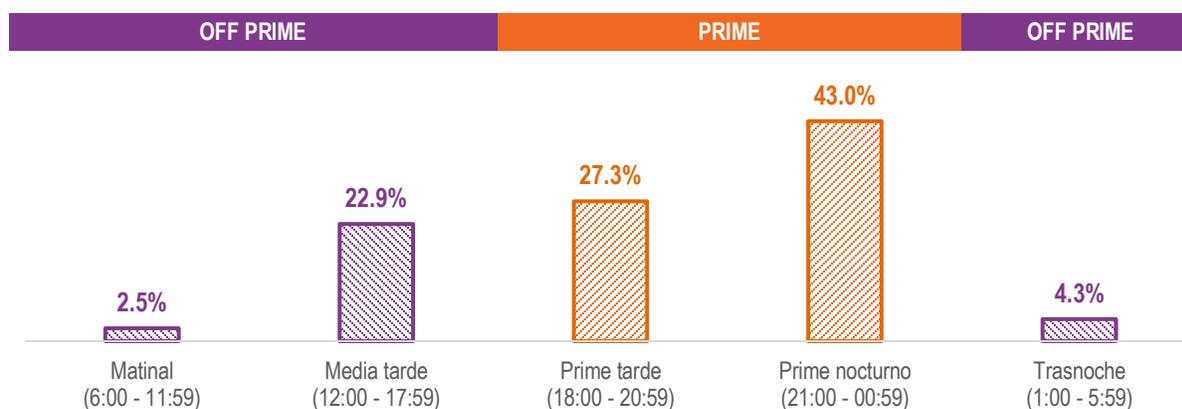
Esta relación descrita en el párrafo anterior resultó positiva¹⁰ –sobre 1- para 4 de los 6 canales analizados, que son también los 4 canales con mayor audiencia general, como se aprecia en la tabla siguiente.

Tabla N° 3. Relación entre consumo y oferta, por canal

CANAL	OFERTA		CONSUMO		RELACIÓN cmo. / ofta.
	(horas)	(%)	(horas)	(%)	
Mega	3,9	1,7%	0,19	8,9%	5,1
Canal 13	4,8	2,1%	0,09	4,5%	2,1
CHV	33,6	15,0%	0,59	27,9%	1,9
TVN	65,6	29,2%	1,03	48,2%	1,6
La Red	6,0	2,7%	0,02	0,8%	0,3
UCV TV	110,4	49,2%	0,21	9,7%	0,2
TOTAL	224,4	0,5%	2,13	0,26%	0,52

Con respecto a los horarios, el 70,3% de los programas se vieron durante la franja prime, es decir, entre las 18:00 y las 00:59 horas.

Gráfico N° 9. Distribución de consumo del Fondo CNTV, según franja (%)



Los horarios de trasnoche y matinal fueron los menos vistos respecto de la programación analizada. El horario de media tarde –entre las 12 y las 17:59 horas- destaca con un 22,9% de las horas vistas, lo que se debe al alto volumen de esta

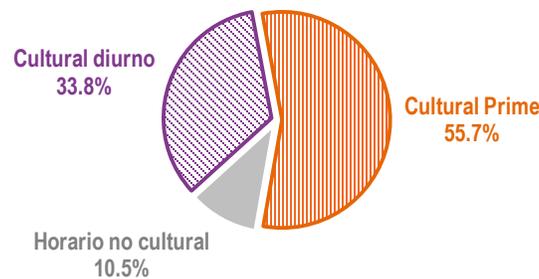
¹⁰ La relación entre consumo y oferta es una razón entre la proporción de horas emitidas respecto del total de la oferta y de horas consumidas respecto del total del consumo. Si resulta superior a 1, se considera que hubo rendimiento positivo de dicha programación.

programación que los canales emitieron durante los fines de semana, en los momentos en que hay franja cultural.

En suma, en los horarios prime los programas se ven más que su oferta, situación que indica un buen rendimiento.

La siguiente es la distribución por horario cultural:

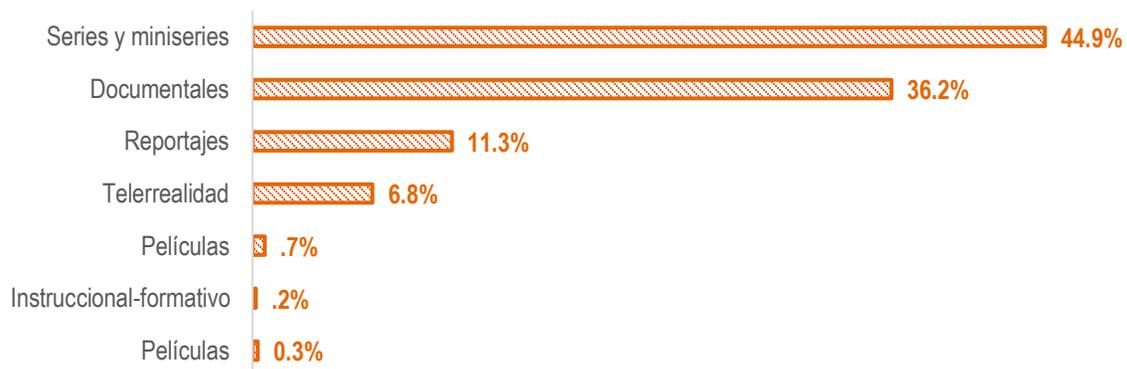
Gráfico N° 10. Distribución de consumo del Fondo CNTV, según horario cultural (%)



Tal como se evidencia, la mayor parte de la programación del Fondo CNTV fue vista durante el horario cultural prime, con 55,7%. Durante este horario de emisión, la programación del Fondo obtuvo una relación de 1,2 respecto de su oferta. Resulta llamativo también que solamente un 10,5% de las horas que el televidente dedicó al Fondo se registraron durante horarios no culturales, tanto matutinos como de trasnoche.

En cuanto a los géneros televisivos, series y miniseries concentran casi la mitad del consumo: 44,9%. Luego aparecen documentales, con 36,2% y reportajes, con 11,3%

Gráfico N° 11. Distribución de consumo del Fondo CNTV, según género televisivo (%)

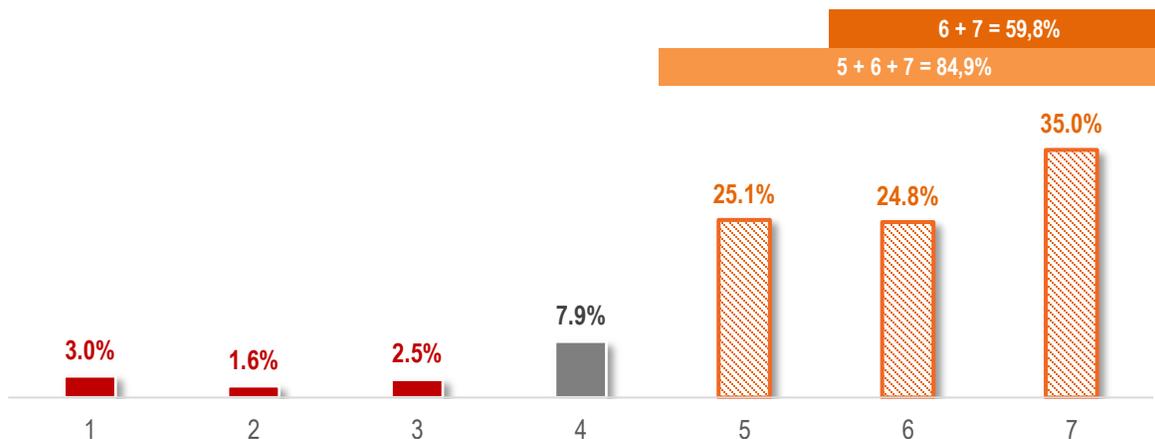


DATOS DE OPINIÓN SOBRE EL FONDO CNTV Y LA TV CULTURAL

Una vez al año, el Consejo Nacional de Televisión realiza una encuesta para conocer la opinión de las personas sobre la programación financiada por esta política pública. En la evaluación 2017 se consultó telefónicamente a una muestra nacional de 1.102 personas, de entre quienes respondieron 918 personas, entregando un total de 3.036 menciones sobre estos programas.

Los programas se evaluaron por área de contenido. La evaluación promedio fue de 5,63. Si se considera el total de menciones recibidas, la situación es similar: el 81% de los encuestados evaluó al Fondo CNTV con nota 5 o más.

Gráfico N° 12. Evaluación general del Fondo CNTV (% menciones)



Fuente: Encuesta de Evaluación del Fondo CNTV, 2017

Esta cifra resulta favorable en comparación con las evaluaciones de otros géneros televisivos que se han realizado también mediante encuestas. En años anteriores, se ha pedido a la audiencia poner nota a distintos géneros televisivos, resultando con altas notas los reportajes y documentales, seguidos de los noticieros. Estos dos géneros obtienen un 60% y 59% respectivamente de notas 6 y 7, como se muestra en el gráfico de la página siguiente:

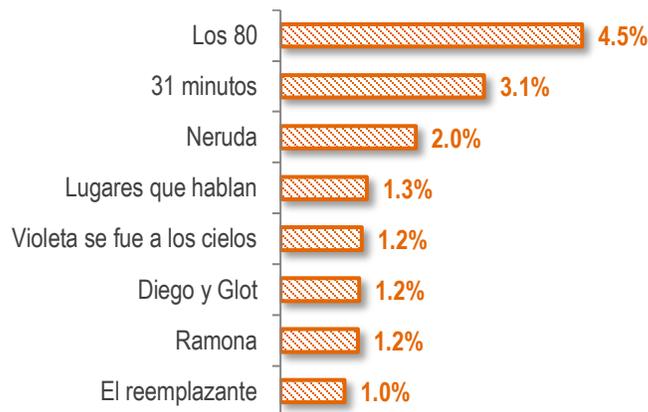
Gráfico N° 13. Evaluación por género televisivo (% de notas)



Fuente: VII Encuesta Nacional de Televisión, CNTV 2011

A lo largo de la historia del Fondo ha habido programas especialmente exitosos y/o comentados. La encuesta de evaluación de este año intentó medir cuáles son esos programas, preguntando a las personas cuáles son los que espontáneamente recuerda. Los dos programas más recordados son 'Los 80' y '31 minutos'. Figuran también series como 'Neruda', que fue transmitida por Mega durante el año pasado con buenos resultados, como ya se mencionó.

Gráfico N° 14. Programas con mayor recordación (% respuesta espontánea)



Fuente: Encuesta de Evaluación del Fondo CNTV, 2017

IV. ANÁLISIS DE AUDIENCIA

Como se mencionó anteriormente, los ratings de los programas del Fondo CNTV dicen relación con las cifras de audiencia general del canal que los emite.

Por otro lado, los estrenos –destacados en color naranja- parecen suscitar mayor interés de parte del público.

A continuación, se muestran ratings promedio anuales de cada programa del Fondo CNTV, junto a la cantidad de hogares y personas que representan.

RATING DE PROGRAMAS EMITIDOS EN EL AÑO 2017, POR CANAL

La Red emitió una sola producción del Fondo CNTV: la serie documental ‘*Sin fronteras*’, premiada el año 2014. El programa obtuvo, en promedio, 0,8 puntos de rating hogares y 0,3 en individuos, como muestra la tabla.

Tabla N° 4. Programas emitidos y audiencia, La Red

PROGRAMA	DUR	INICIO	EMISIONES	HOGARES		INDIVIDUOS	
				RAT	N	RAT	N
Sin fronteras	59:40	19:20	6	0,8	17.860	0,3	20.486

La serie logró un poco menos que el rating hogares promedio de La Red, que durante el año 2017 fue de **1,1**.

UCV TV fue el canal que más emitió programas del Fondo CNTV, especialmente destinados a público infantil. El rating promedio anual del canal fue de **0,7 puntos**.

El programa con mejores cifras fue la película ‘*La memoria de mi padre*’, una co-producción premiada el año 2015. Le siguió ‘*Un, dos, tres, a jugar*’, orientado a audiencias preescolares y premiado por la versión 2009 del concurso, que el canal continúa exhibiendo. El programa propone juegos a niños y niñas, que pueden realizar mientras ven televisión.

Otros programas de este canal fueron ‘*Las aventuras de Muelín y Perlita*’, ‘*Chile: mundos sumergidos*’ –estreno-, ‘*Pasos de cumbia*’, y ‘*Territorios imaginados*’. Todos ellos corresponden al concurso del año 2011. Entre los estrenos, además de la serie ya mencionada, se puede mencionar ‘*Bartolo*’, ‘*Chile suena*’ y ‘*Pequeño municipal*’. La siguiente tabla muestra todos los programas y sus cifras de audiencia.

Tabla N° 5. Programas emitidos y audiencia, UCVTV

PROGRAMA	DUR	INICIO	EMISIONES	HOGARES		INDIVIDUOS	
				RAT	N	RAT	N
La memoria de mi padre	01:33:00	01:24	1	0,8	16.854	0,2	15.595
Un dos tres, a jugar	0:06:00	10:20	6	0,6	13.915	0,2	15.950
Las aventuras de Muelín y Perlita	0:08:00	18:11	2	0,6	12.990	0,2	15.437
Chile: mundos sumergidos	0:27:34	21:02	14	0,5	12.036	0,2	15.566
Pasos de cumbia	0:57:13	17:40	9	0,4	8.009	0,1	9.472
Territorios imaginados	0:32:33	16:50	9	0,3	7.406	0,1	8.960
Vida conciencia	0:33:16	19:41	26	0,3	7.227	0,1	8.512
Mentes brillantes	0:29:10	19:35	28	0,3	6.876	0,1	7.861
Bartolo	0:07:15	9:18	4	0,3	6.144	0,1	5.543
Pequeñas criaturas de Chile	0:03:42	18:30	24	0,3	5.968	0,1	7.958
Pequeño municipal	0:41:51	19:02	7	0,2	5.130	0,1	7.127
Pueblo chico, gente grande	0:27:03	17:59	19	0,2	5.129	0,1	6.917
De punto fijo	0:04:13	18:50	18	0,2	5.071	0,1	8.231
Chile suena	0:03:48	19:07	25	0,2	4.830	0,1	5.596
Lord Cochrane. Capitán de mar	0:30:00	18:57	3	0,2	4.260	0,1	4.819
Cuenta la leyenda	0:15:22	17:13	21	0,2	4.032	0,1	5.190
Alas para Julieta	0:37:00	19:10	1	0,1	1.632	0	1.436

TVN fue el segundo canal con mayor presencia de programación del Fondo CNTV, medida en horas. El programa con mejores resultados fue un estreno: '62. Historia de un mundial', ficción histórica premiada el año 2015, que recrea el proceso que antecedió a la realización del mundial de fútbol del año 1962 en Chile.

Tabla N° 6. Programas emitidos y audiencia, TVN

PROGRAMA	DUR	INICIO	EMISIONES	HOGARES		INDIVIDUOS	
				RAT	N	RAT	N
62. Historia de un mundial	1:07:00	22:47	4	8,8	193.788	3,7	268.944
Habitantes del Pacífico	0:51:45	16:00	4	5,4	118.392	2	145.955
10 chilenos que están cambiando el mundo	1:01:06	18:44	10	4,9	107.148	1,9	134.962
Ramona	1:00:46	22:32	9	4,2	91.172	1,8	127.131
Cambio global	0:57:40	16:51	3	4,1	89.483	1,4	101.025
Habitantes del Pacífico (r)	0:49:30	15:56	2	4	88.592	1,4	103.841
Operación verde	0:50:00	20:10	1	3,8	84.126	1,6	114.240
Cambio global (r)	0:55:00	17:58	1	3,8	83.797	1,6	113.135
Chile íntimo (r)	1:05:30	14:46	8	3,8	82.511	1,5	111.086
62 historia de... (r)	1:04:00	17:49	1	3,6	79.205	1,3	89.944
Réquiem de Chile (r)	0:55:45	13:51	4	2,9	63.454	1,1	76.917
Do remix	0:25:15	18:37	4	2,9	62.627	0,9	64.426
Indígenas notables	1:00:45	18:04	4	2,5	54.278	1	71.225
Zona d realizadores	1:58:00	0:49	1	2,4	53.472	0,6	45.804
10 chilenos que están cambiando... (r)	1:03:00	19:57	2	2,4	52.776	0,8	55.548

Réquiem de Chile	0:57:00	16:56	1	2,4	52.007	0,9	68.340
Camioneros (r)	0:51:00	16:49	1	1,9	41.291	0,6	46.263
Nano aventuras	0:29:00	8:45	4	1,3	28.201	0,5	36.243
Horacio y los plasticines	0:13:30	7:56	4	1,3	27.507	0,4	28.327
Puerto papel	0:26:15	8:19	4	1,2	27.043	0,5	32.512

TVN también estrenó otras series con buen rating, entre ellas, '*Habitantes del Pacífico*' –premiada en 2012-, '*10 chilenos que están cambiando el mundo*' –premiada en 2014- y '*Ramona*' –premiada en 2013-. Estos estrenos se ubicaron sobre o cerca del rating promedio del canal, que durante 2017 fue de **4,4 puntos**.

MEGA transmitió solamente un programa del Fondo CNTV, pero con excelentes resultados: 11,4 puntos de rating hogares, más alto que el rating promedio anual del canal de **11 puntos**. La serie se premió el año 2016 y se estrenó en 2017. Su realización estuvo a cargo de la reconocida productora audiovisual Fábula.

Este resultado es especialmente positivo, considerando que el rating equivale a 337.243 personas que vieron la serie. La película en que se basó este programa, en tanto, logró 94.236 espectadores en el cine el año de su estreno¹¹.

Tabla N°7. Programas emitidos y audiencia, Mega

PROGRAMA	DUR	INICIO	EMISIONES	HOGARES		INDIVIDUOS	
				RAT	N	RAT	N
Neruda, la serie	0:55:45	23:27	4	11,4	250.655	4,7	337.243

Chilevisión emitió cinco programas del Fondo CNTV. Con mayor rating resultó '*12 días que estremecieron a Chile*', cuya primera temporada se estrenó en 2011 y que

¹¹ La película se estrenó el 8 de noviembre de 2016. La cifra corresponde al público que vio la película desde esa fecha hasta el último día de 2016. Fuente: CNCA, INE (2017). Estadísticas culturales. Informe anual 2016.

estrenó una segunda en 2017. La serie trató temas como la renuncia de Marcelo Bielsa a la selección y la ‘Ley Emilia’¹².

Otro programa que logró una considerable audiencia -teniendo en cuenta que se encuentra dentro de la franja cultural del canal de fines de semana en la tarde- fue ‘Wild Chile’, serie documental que muestra a diversos animales de la fauna nacional, estrenada en 2017 y premiada por el concurso en 2014.

Estos programas estuvieron cerca o sobre el rating promedio de Chilevisión: **5,1 puntos**.

Tabla N° 8. Programas emitidos y audiencia, CHV

PROGRAMA	DUR	INICIO	EMISIONES	HOGARES		INDIVIDUOS	
				RAT	N	RAT	N
12 días que estremecieron a Chile	0:58:15	23:05	12	6,3	138.075	2,2	158.627
Wild Chile	1:02:45	17:35	12	4,9	108.252	1,8	131.155
Violeta se fue a los cielos	1:27:00	0:17	2	4,4	96.182	1,9	138.200
Cartas de mujer	0:59:30	19:05	2	3,8	84.134	1,3	93.391
Hostal Morrison	1:33:00	8:52	3	1,8	39.042	0,6	42.353

En el caso de **Canal 13**, el programa ‘Sueños Latinoamericanos’ obtuvo casi 4,8 puntos de rating hogares y 2 puntos de rating individuos, lo que se compara con el rating promedio 2017 de 6,4 puntos que obtuvo la estación. Esta serie fue premiada en el concurso de 2013 y se emitió dentro del segmento ‘Sábado de reportajes’.

Tabla N° 9. Programas emitidos y audiencia, Canal 13

PROGRAMA	DUR	INICIO	EMISIONES	HOGARES		INDIVIDUOS	
				RAT	N	RAT	N
Sueños latinoamericanos	0:36:07	17:45	8	4,8	104.950	2,0	143.573

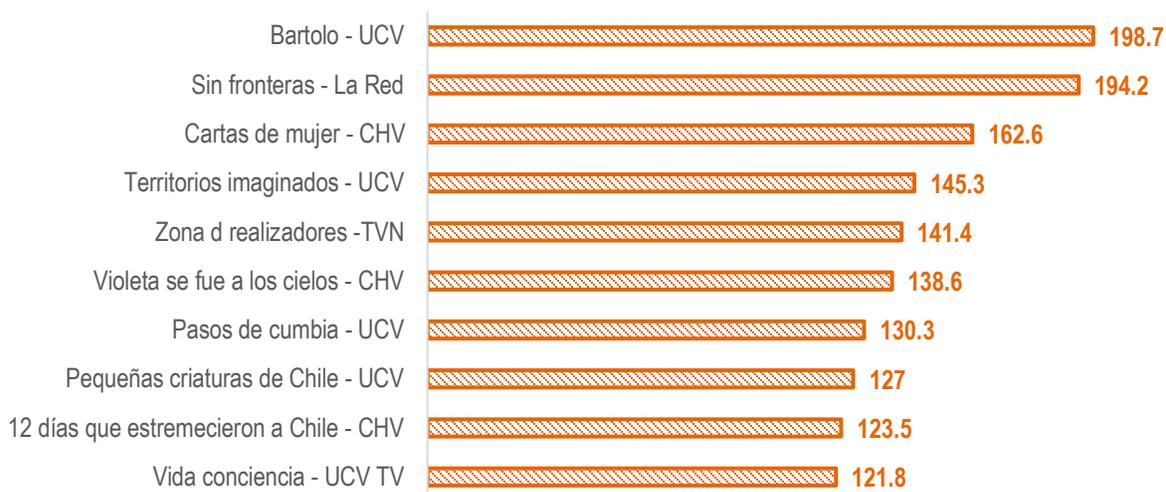
¹² La Ley Emilia se aprobó a propósito del atropello y muerte de una niña –Emilia Silva- por un conductor en estado de ebriedad. Establece penas de cárcel efectiva para quien conduzca en ese estado y tipifica como delito darse a la fuga después de un atropello o accidente.

AFINIDAD DE PROGRAMAS EN PÚBLICOS DE INTERÉS

La afinidad resulta de la división entre el rating de un público específico por el rating general. Cualquier resultado sobre 100 indica que el programa tuvo especial éxito en ese público. La afinidad es la variable que se usa de manera preferente para evaluar a la programación de nicho, cuyo rating suele ser bajo. Es el caso de muchos programas de televisión de pago.

En el caso de la programación financiada por el Fondo CNTV, las mejores cifras de afinidad se lograron en hogares de los segmentos C3 y D, los sectores más desfavorecidos.

Gráfico N° 15. Diez programas Fondo CNTV con mayor afinidad, hogares C3

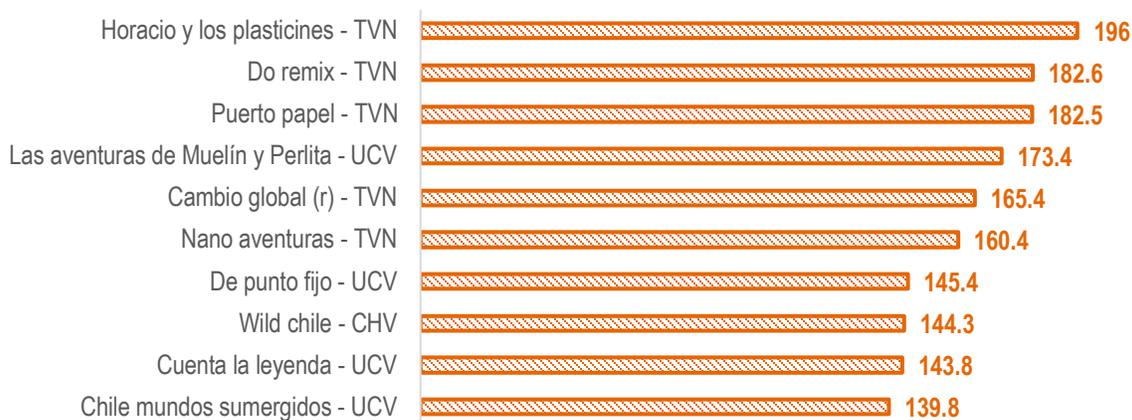


En el caso de los hogares del segmento C3 destacan '*Bartolo*' y '*Sin fronteras*' –de las categorías infantil y regional respectivamente-, con una audiencia de casi el doble que el público general.

En el caso de los hogares del segmento D –el de más bajos recursos que mide el estudio- entre los programas con mayor afinidad destacan de forma notoria los destinados al público infantil: '*Horacio y los plasticines*', '*Puerto papel*', '*Las aventuras de Muelín y Perlita*', '*Nano aventuras*' y '*Cuenta la leyenda*'.

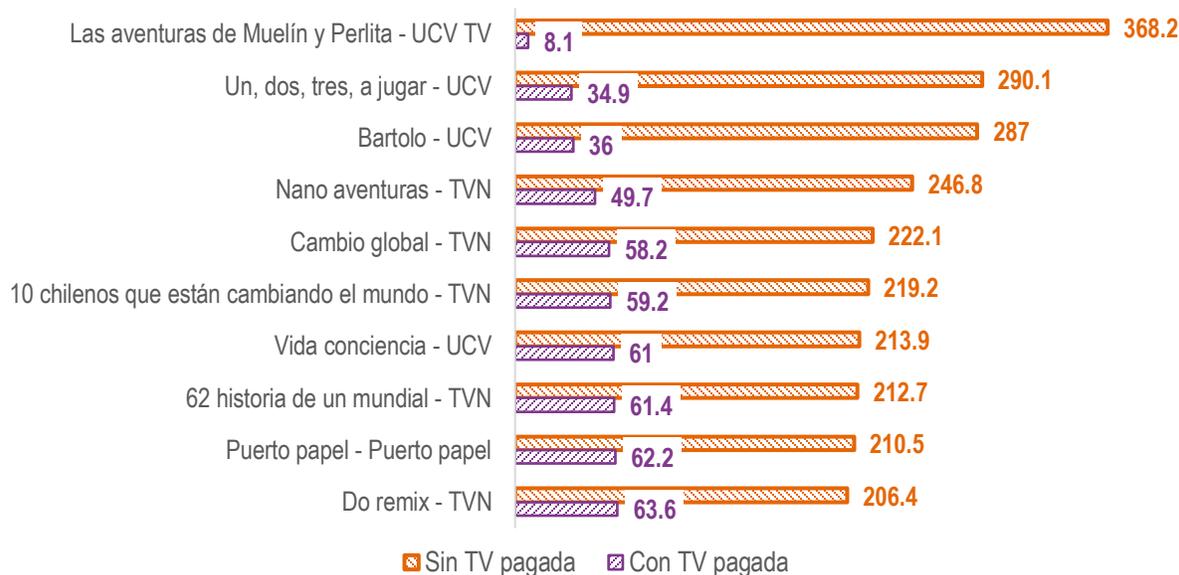
Esto último resulta de especial importancia, dada la casi total desaparición de la programación infantil de la TV abierta, que afecta en mayor medida a estos sectores que tienen menor acceso a otras ofertas televisivas: televisión de pago o servicios de streaming.

Gráfico N° 16. Diez programas Fondo CNTV con mayor afinidad, hogares D



De hecho, los datos del siguiente gráfico muestran las diferencias en el consumo entre hogares con y sin TV pagada, y resaltan la importancia de esta programación en los últimos. Los programas con mayor afinidad en los dos tipos de hogares no son coincidentes.

Gráfico N° 17. Diez programas con mayor afinidad en hogares sin TV pagada, comparados con hogares con TV pagada



V. REFLEXIONES FINALES

La televisión, desde sus inicios, se caracteriza por facilitar el acceso masivo a la cultura. En el caso de la programación financiada por el Fondo CNTV, incluso en casos de programas con bajo rating, el público se cuenta en miles de personas; en los casos más exitosos, en cientos de miles. Este **alcance masivo de la producción audiovisual nacional, en el caso chileno, sigue siendo casi exclusivo de la televisión abierta**. Las cifras de ventas de entradas al cine suelen ser más bajas – como se vio en el ejemplo de la película Neruda, versus la serie del mismo nombre emitida en Mega-, que más que cuadruplicó su audiencia, mientras que el acceso a plataformas digitales, aunque creciente, no es aún universal.

Esto sin perjuicio de que la televisión digital y los nuevos medios pueden contribuir a amplificar aún más las audiencias. Gran parte del catálogo Fondo CNTV está disponible en la videoteca online del CNTV¹³, a lo que se suma el hecho reciente de que varias series se encuentran disponibles en el catálogo de Netflix.

Sin embargo, en palabras de Price (2016), por ahora, la programación de televisión abierta es la única fuente que tienen grandes sectores de Chile, para acceder a la industria cultural:

“...la televisión analógica admite un número limitado de canales —una restricción tecnológica dada por el espectro radioeléctrico—, lo que, sumado al hecho de que la principal fuente de financiamiento es la publicidad, da como resultado que los contenidos ofrecidos por cada canal son similares y consistentes con las preferencias del televidente mediano”¹⁴.

Los programas financiados por el Fondo CNTV obtienen, en general, un buen rendimiento de audiencia. De todos modos, esto está directamente relacionado con los resultados de rating del canal en que estos contenidos se emitan: los 4 canales de más alta audiencia general, son también los que obtienen mejor rendimiento de los programas Fondo CNTV.

¹³ <https://www.cntv.cl/videoteca>

¹⁴ Price, JJ (2016). Ver 'Referencias'.

El horario de emisión también incide sobre el desempeño de audiencia. Los horarios '*prime*' y culturales obtienen mejores rendimientos que otros. En ese sentido, esta programación ha constituido una buena oportunidad para alimentar estas franjas, especialmente en canales más pequeños.

En cuanto a los géneros favoritos del público, las series y miniseries logran los mejores resultados, seguido por los reportajes y la telerrealidad. Los programas destinados al público infantil, si bien no logran altas audiencias, son especialmente vistos en hogares de segmentos bajos y sin televisión de pago, que son precisamente quienes tienen menos medios para acceder a programas infantiles por otras vías, distintas de la TV abierta.

En cuanto a la **focalización de la política**, se evidencia que la mayor afinidad de estos programas se encuentra en los estratos bajos y sin acceso a cable o satélite. Como se ha mencionado, este es el caso de niños y niñas, pero también del público adulto de ese estrato, que es justamente el que tiene menos acceso a las expresiones culturales.

Este programa de fomento contempla la participación de, al menos, tres actores: el Estado, encargado de financiar y promover contenidos audiovisuales de calidad; la industria, conformada por productores audiovisuales y canales de televisión; y las audiencias, como beneficiarias de una programación de calidad, que atiende temáticas y nichos de público para generar audiencias de calidad.

REFERENCIAS

- CNTV (2017). Encuesta de Satisfacción de Programas del Fondo CNTV 2017.
- CNTV (2011). VII Encuesta Nacional de Televisión.
- CNCA, INE (2017). Estadísticas culturales. Informe anual 2016.
- CNCA (2017). Encuesta nacional de participación cultural 2017.
- Figueroa Burdiles, N.; Le Bert Montaldo, J. (2014); “Informe Final. Programa de Apoyo a Programas Culturales. Ministerio Secretaría General de Gobierno. Consejo Nacional de Televisión”. Dirección de Presupuesto. División de Control de Gestión.
- Price, JJ (2016). Racionalidad económica de la política cultural. En “Estudios Públicos” 144 (primavera 2016), 165 – 197

cnTV
CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN

Oficina CNTV: Mar del Plata 2147 – Providencia – Santiago – Chile - Teléfono: (56-2) 25922700

 cntv.cl |  [@CNTVChile](https://twitter.com/CNTVChile) |  Consejo Nacional de Televisión de Chile