

**Fondo CNTV 2018**  
**Oferta y consumo**

**Departamento de Estudios**  
**2019**

## CONTENIDOS

PRESENTACIÓN .....	3
METODOLOGÍA.....	4
RESEÑA HISTÓRICA .....	6
OFERTA DE PROGRAMAS DEL FONDO CNTV .....	10
CONSUMO GENERAL DE PROGRAMAS DEL FONDO CNTV .....	15
ANÁLISIS DE AUDIENCIA GENERAL.....	20
PROGRAMACIÓN INFANTIL DEL FONDO CNTV .....	29
<b>Programación Infantil y TV Abierta.....</b>	<b>29</b>
<b>Oferta de Programación infantil del Fondo CNTV .....</b>	<b>30</b>
<b>Audiencias de Programas infantiles del Fondo CNTV .....</b>	<b>32</b>
PRINCIPALES RESULTADOS y DISCUSIÓN .....	35
PALABRAS FINALES.....	36
REFERENCIAS .....	37

## PRESENTACIÓN

El siguiente informe ofrece una descripción de la oferta y consumo de programas televisivos financiados a través del Fondo CNTV, y exhibidos durante el año 2018.

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*<sup>1</sup>.

Es de interés, para la política pública, conocer el acceso y la acogida que tienen estos programas en la audiencia televisiva beneficiaria, de acuerdo a las características del canal que emite dichos programas y al lugar que le asignan en la parrilla programática. De este modo, se sistematizan antecedentes sobre el comportamiento de la industria televisiva abierta de cobertura nacional, y el efecto que tiene, la programación del Fondo CNTV, en el consumo de las personas, como parte de su dieta televisiva.

El documento a continuación, se divide en cinco partes: la primera incluye una reseña histórica del Fondo CNTV; la segunda, una caracterización de este tipo de oferta; seguido, en tercer lugar, de un análisis del consumo de los programas; luego, se entrega una descripción de la audiencia más específica de este Fondo, utilizando variables como rating, cantidad de hogares y personas y la afinidad; el último apartado contiene reflexiones finales.

---

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

## **METODOLOGÍA**

Este informe recoge datos de oferta y consumo de programas financiados por el Fondo CNTV, provenientes del estudio *People Meter*. Esta información se complementa, asimismo, con algunas cifras de opinión, de la IX Encuesta Nacional de Televisión.

### 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, TV+, Televisión Nacional de Chile, Mega, Chilevisión y Canal 13.

### UNIDAD DE ANÁLISIS

1. Tiempo total en horas de oferta programática: 46.330 horas.
2. Tiempo en horas de emisiones del Fondo CNTV: 264 horas.
3. Consumo televisivo promedio anual por persona: 767 horas
4. Consumo televisivo promedio anual del Fondo CNTV por persona: 3 horas

### FUENTES DE INFORMACIÓN

Estudio People Meter (Kantar IBOPE Media).

Hogares: N = 648;

Personas: N = 2.086 personas.

## VARIABLES ANALIZADAS

Las variables se clasifican, tanto en términos de programación, como de audiencia.

*Tabla N° 1. Variables del estudio*

VARIABLES DE PROGRAMACIÓN	VARIABLES DE AUDIENCIA
Tiempo de emisión (horas)	Targets (edad, GSE y sexo)
Horario y franjas de emisión	ATV: tiempo de audiencia promedio por persona, para el universo, por edad, por sexo y por GSE
Canal	Rating (individuos y hogares / porcentaje y miles)
Público objetivo	Afinidad <sup>2</sup>
Programación del Fondo-CNTV	
Géneros televisivos	
Temporada	

---

<sup>2</sup> La afinidad resulta de la división entre el rating de un público específico por el rating general.

## RESEÑA HISTÓRICA

El Fondo CNTV fue creado en 1992 como un instrumento de apoyo a la producción de programas de televisión, con la finalidad de entregar contenidos culturales, educativos, de interés para el país y/o las regiones, que promuevan valores, entre otros<sup>3</sup>. Este fondo no tiene fecha de término y el Estado le otorga anualmente, a través de la Ley de Presupuestos, los recursos para su realización.

La mencionada ley -y sus modificaciones- exige que los recursos sean asignados por medio de un concurso público, que se realiza anualmente y en el que pueden participar canales de televisión de libre recepción –nacionales, regionales, locales o comunitarios- y empresas productoras independientes. La selección final de los ganadores es realizada por los consejeros del CNTV, previa evaluación de un panel externo especializado y de los profesionales del Departamento de Fomento del organismo.

### MONTOS ASIGNADOS Y CATEGORÍAS EN CONCURSO

En su primera versión, en 1993, el Fondo entregó 35 millones de pesos para el financiamiento de 5 proyectos. Dicho monto, salvo en algunas ocasiones específicas, ha incrementado de manera progresiva en los últimos 25 años. Así, en 2005 los recursos asignados alcanzaban los \$1.003 millones<sup>4</sup>, y en 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 2018, año al que corresponde este informe, el concurso entregó \$4.316.772.000 para 26 producciones.

---

<sup>3</sup> (...) 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.

<sup>4</sup> 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.

Cabe recordar que las fechas de premiación y de emisión efectiva son distintas, por cuanto el proceso de creación, producción y emisión de un proyecto puede tardar hasta 3 años, dos de realización y uno máximo de emisión, lo que puede generar diferencias respecto de los programas informados para el año y el presente análisis.

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 2010 se incorporaron las categorías 'Telefilms'<sup>5</sup> y 'Telenovelas'.

#### PROGRAMAS DESTACADOS

Algunos de los programas financiados 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*, *Kiruza Kiruza*, *Geografía del Deseo*, *A mango*, *Heredia y Asociados*, *Ogú y Mampato en Rapa Nui*, *Nadie Me Entiende*, *Mistral*, *Cazadores de Ciencia*, *Viejo Zorro*, *Planeta Pérez Prado*, *Ciudadano K*, *Epopéya*, *Tikitiklip*, *Diego y Glot*, *Mi Mundo Privado*, *Justicia Para Todos* y *Mira Tú*, *Los '80*.

*'Los 80', emitido por Canal 13*



<sup>5</sup> En 2016 se eliminó la línea Telefilms y se reincorporó la de Microprogramas.

## BASES DE CONCURSO

Las bases vigentes establecen ocho líneas concursables:

- Series históricas o documentales históricos ficcionados
- Ficción
- No ficción
- Programas de procedencia regional
- Programas de procedencia local o local comunitario
- 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 el Fondo

La evaluación de los respectivos proyectos consta de tres etapas:

(1) admisibilidad, (2) evaluación técnica financiera y (3) 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 técnico-financieras y de calidad y contenido artístico.

Un aspecto primordial, incluido en las bases del concurso, es que los responsables de los proyectos ganadores, han de garantizar la emisión del respectivo programa a través de un canal de cobertura nacional, regional o local, o bien, local comunitario, según la naturaleza y objetivos de cada línea concursable.

## PROGRAMAS EMITIDOS DURANTE 2018

A continuación, se presentan los espacios subsidiados por el Fondo CNTV y emitidos durante 2018, incluyendo tanto estrenos como repeticiones.

En total, se emitieron 38 programas por seis canales de televisión abierta, destacando Televisión Nacional de Chile (TVN) con un alto volumen de programas. A continuación, se presenta el desglose por canal.

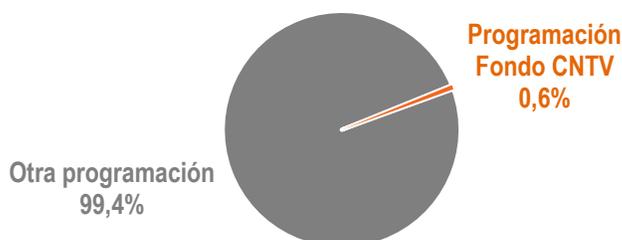
*Tabla N° 2. Producciones Fondo CNTV emitidas en TV abierta durante 2018*

PROGRAMA	CANAL	PROGRAMA	CANAL
SIN FRONTERAS	La Red	LOS FANTASTICOS VIAJES DE RUKA	TVN
EXTRAORDINARIOS	La Red	LOS PROCERES MAS POSERS	TVN
UNFINISHED PLAN	La Red	NANO AVENTURAS	TVN
EN MOVIMIENTO	TV+	NINOS INMIGRANTES	TVN
INMIGRANTES	TV+	OPERACION VERDE	TVN
MENTES BRILLANTES	TV+	PLASTILINO	TVN
PASOS DE CUMBIA	TV+	PUERTO PAPEL	TVN
PUEBLO CHICO GENTE GRANDE	TV+	QUE PASO CON MI CURSO (R)	TVN
TERRITORIOS IMAGINADOS	TV+	REQUIEM DE CHILE	TVN
CASA DE ANGELIS	TVN	RAMONA	TVN
CHILE INTIMO (R)	TVN	LOS CHICAGOS BOYS	TVN
CINE CHILENO	TVN	LOS NINOS	TVN
DO REMIX	TVN	MARTIN EL HOMBRE Y LEYENDA	MEGA
EL LUGAR MAS BONITO DEL MUN (R)	TVN	LA CACERIA	MEGA
ENE TENE TU	TVN	CARTAS DE MUJER	CHV
HABITANTES DEL PACIFICO (R)	TVN	MARY & MIKE	CHV
HORACIO Y LOS PLASTICINES	TVN	WILD CHILE	CHV
INDIGENAS NOTABLES	TVN	PETIT	C13
		NO, LA SERIE	C13

## OFERTA DE PROGRAMAS DEL FONDO CNTV

En esta sección se describe la oferta de los programas financiados por el Fondo CNTV, y su participación en la parrilla general de los canales de televisión. Tal como consta en el gráfico siguiente, esta oferta representó menos del 1% del total de la pantalla anual de estos canales, una cifra similar a la de años anteriores.

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



Medida en horas, la programación CNTV sumó un total de 264 horas de oferta anual, incluyendo tanto estrenos -147 horas- como repeticiones -117 horas-.

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

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

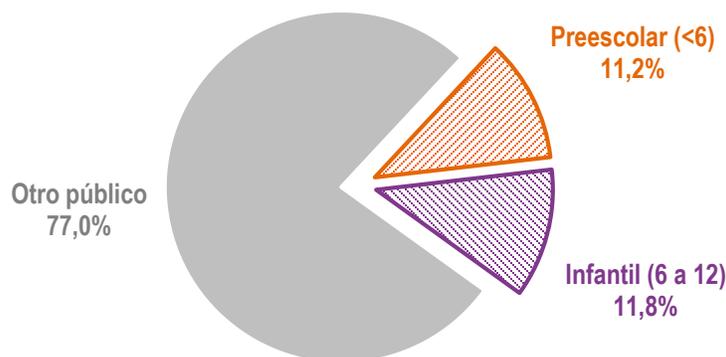


Televisión Nacional concentró el 61% del total de emisiones. En años anteriores, UCVTV programaba parte importante del contenido del Fondo, pero, a contar de su cambio de marca a TV+, alcanzó sólo 12%<sup>6</sup>, si bien dicho canal está en segundo lugar de volumen de oferta<sup>7</sup>.

El año 2018, más de 20% de la programación del Fondo CNTV estuvo destinada a público menor de 12 años, en contraste con el año 2017, cuando alcanzó solamente un 5%. Lo anterior muestra que, mientras estos programas para niños y niñas son cada vez más escasos en televisión abierta, buena parte de lo que existe para ese público, proviene del Fondo.

El resto de los programas se orientó a público adulto. No hubo programas destinados a adolescentes de 13 a 17 años.

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



Respecto a los horarios de emisión, se denotan cambios en 2018 respecto del año anterior -2017-.

Así, si en 2017 el 57% del total se transmitió en horario prime, en 2018 esta cifra bajó a un 44%.

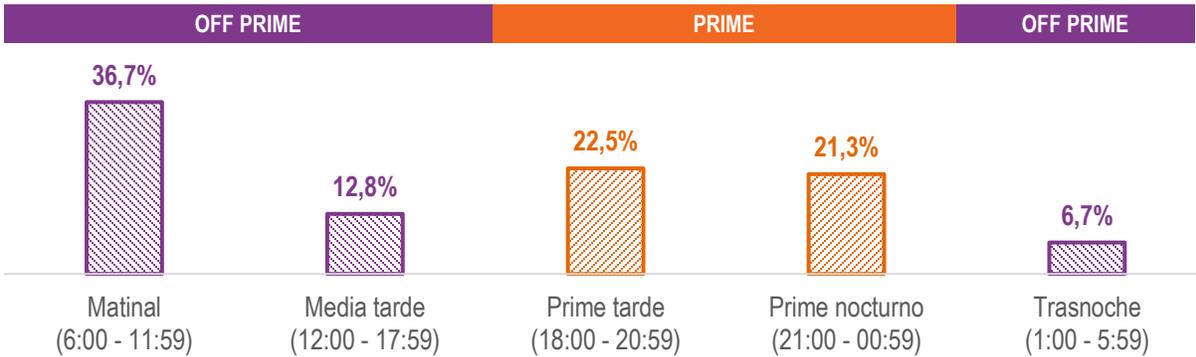
En sentido inverso, si el año 2017 sólo 5% se transmitió en horario matinal, en 2018 esa cifra llegó a 37%, siendo este el bloque el más destacado en cuanto a la

<sup>6</sup> Para comparar, durante 2017, UCVTV fue el canal con más programación Fondo CNTV, con 49% del total.

<sup>7</sup> La información procesada para este informe, no incluye la señal UCVTV 3, en la que se emiten programas que tuvieron financiamiento del Fondo CNTV como, por ejemplo, *Pasos de cumbia*. Tampoco se incluye la señal de programación infantil *Tateti*.

transmisión de programas del Fondo CNTV. Se trata básicamente de programación infantil los fines de semana (ver apartado final).

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



Los programas infantiles del Fondo CNTV fueron, *Nano Aventuras*, *Horacio y los plastilines* y *Los fantásticos viajes de Ruka*. En el horario prime, en tanto, hubo programas como *Casa de Angelis*, *La cacería*, y *Martín el hombre y la leyenda*.

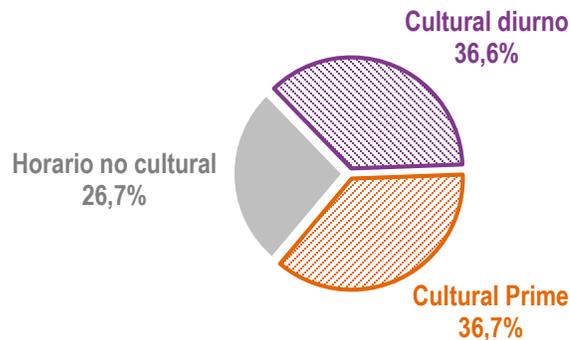
Un dato a considerar, es que la mayor parte de esta programación se transmitió en horario para todo espectador, que incluye tanto adultos como menores de edad y que va desde las 06:00 horas, hasta las 22:00. Un 28% en cambio, se transmitió después de esa hora, cuando se autoriza programación para mayores de 18 años.

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



En cuanto a los horarios definidos para la programación cultural de acuerdo a la norma del Consejo Nacional de Televisión<sup>8</sup>, que va de las 18:30 a las 00:00 horas, se evidencia que la mayor parte -73,3% en total- se emitió en este horario.

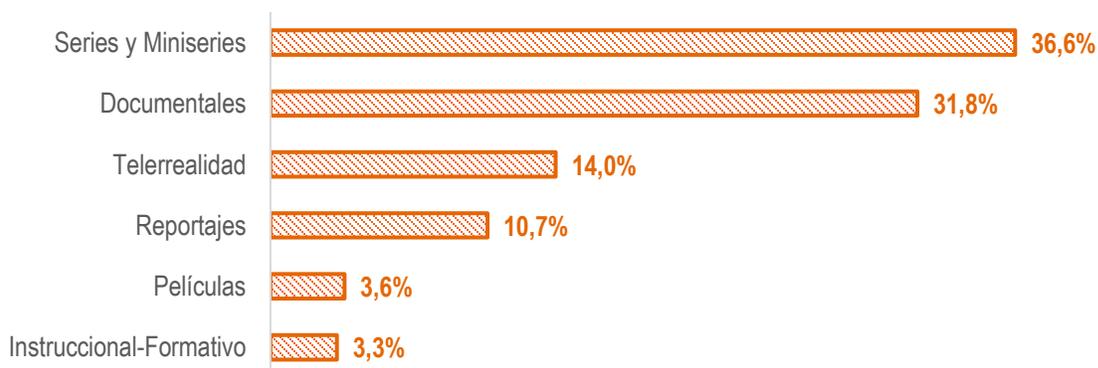
**Gráfico N° 6. Distribución de programación del Fondo CNTV, según horario cultural (%)**



Casi 27% de la programación del Fondo se emitió en otros horarios. Estos números reflejan que, las emisiones CNTV se programan mayoritariamente en franjas culturales, contribuyendo así al requisito de transmisión cultural.

Según género televisivo, la mayor parte de la oferta fueron series y miniseries, seguidas de Documentales, géneros que, en general, no suelen ser producidos directamente por los canales, sino por productoras audiovisuales independientes.

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



<sup>8</sup> 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.

Es interesante observar la oferta de los programas del Fondo CNTV, según género televisivo y en el contexto de la oferta general de la televisión abierta, tanto en el volumen de presencia en la parrilla, como en los contenidos que ofrece.

En este sentido, por ejemplo, del total de series y miniseries nacionales emitidas en TV abierta en general, el 10,8% son del Fondo CNTV<sup>9</sup>, entre las que se encuentran *La cacería* (Mega), *Martin, el hombre y la leyenda* (Mega); *Mary & Mike* (CHV), *No, La Serie* (Canal 13); *Casa de Angelis* (TVN), *Cartas de Mujer* (CHV), series infantiles (TVN y Canal 13), *Ramona* (TVN). La mayor parte de éstas fueron emitidas en horario de alta audiencia.

Otro ejemplo claro de aporte del Fondo CNTV para la diversidad de contenidos en la pantalla, es en el género Documentales - 0,8% del total de programación. El 61,1% de los documentales nacionales emitidos son con estos aportes. Entre estos, destaca: *Wild Chile* (CHV), *Mentes Brillantes*, (TV+), *Chicago Boys* (TVN), entre otros<sup>10</sup>.

Los programas del Fondo CNTV se concentran en más de un 60% en dos géneros: Series y Documentales. No obstante, una lectura interesante de este dato es que gran parte de los contenidos puestos en pantalla –con este financiamiento- son a través de la ficción y en horario de alta audiencia.

Lo interesante es que, mediante este tipo de narración, se abordan temáticas que aluden a elementos identitarios -como al derecho a voto de las mujeres en Chile- o relatos de vida de personajes históricos o pertenecientes a la cultura popular, que son parte de nuestra historia y cultura. También, relatos sobre hechos que concitan el interés público -como el homicidio de niñas adolescentes en Alto Hospicio- y que se logran insertar de manera exitosa en franjas televisivas de alta audiencia, con un alcance importante a nivel masivo.

Por su parte, a través de los programas de realidad, particularmente documentales y telerrealidad, se insertan temáticas a partir de relatos de historias de vida y obras de personajes destacados del país –científicos y artistas- así como temáticas medioambientales que colocan en el tapete problemas relevantes. Estos géneros

<sup>9</sup> Anuario Estadístico de Oferta y Consumo de Programación de TV Abierta 2018. Consejo Nacional de Televisión. Disponible en: [www.cntv.cl](http://www.cntv.cl)

<sup>10</sup> Ibid.

abordan también la diversidad natural de Chile y su geografía, todas estas, producciones que hasta ahora están poco presentes en la oferta televisiva.

## CONSUMO GENERAL DE PROGRAMAS DEL FONDO CNTV

En total, durante 2018 el televidente vio en promedio 767 horas de televisión, de las cuales 3 horas fueron de programación del Fondo, lo que representa un 0,4%. Esta cifra marca un aumento respecto del año anterior -2,1 horas, es decir, 0,26%-.

Entre los programas con más éxito de audiencia se aprecian: *'Martín, el hombre y la leyenda'*, *'La cacería'* –ambos de MEGA-, *'No, la serie'* –Canal13-, *'Mary & Mike'* –CHV- y *'Los niños'* –TVN-.

El canal con más consumo de esta programación, fue Televisión Nacional. Casi la mitad del consumo del Fondo CNTV se hizo a través de este canal., particularmente por la gran cantidad de oferta de programas financiados por el Fondo CNTV puestos en pantalla de TVN. Le siguió Mega, con un destacado 38,2%, por cuanto es uno de los canales que menos programas el Fondo CNTV emitió el año 2018. Sin embargo, los programas emitidos fueron ubicados en horario de alta audiencia. A mayor distancia se ubicaron CHV, Canal 13, La Red y TV+.

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



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

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

El canal Mega, que lidera en sintonía, emitió 27,7 horas de programación del Fondo CNTV -10,5% del total y logró un 38,2% del consumo de estos contenidos; es decir, más que triplicó sus porcentajes de oferta -3,64 veces más-.

Para establecer una relación de rendimiento de audiencia, se calculó una relación entre proporción de consumo y proporción de oferta, la que resultó positiva<sup>11</sup> –sobre 1- para 3 de los 6 canales de cobertura nacional (Tabla N° 3), justamente los de mayor audiencia general, comparativamente.

En el caso de TVN, se observa que dicha relación no es positiva, si bien es cercana a 1, cifra que representa un cierto equilibrio entre oferta y consumo. Esta relación se debe a que el canal está en cuarta posición de volumen de audiencia general, superada por tres de los seis canales analizados: Mega –primer lugar-, luego Chilevisión y, en tercer lugar, de audiencia, Canal 13. Unido a que Televisión Nacional tiene una oferta muy voluminosa de programas del Fondo, lo que afecta el volumen de consumo de estos programas en ese canal.

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

CANAL	OFERTA		CONSUMO		RELACIÓN
	(horas)	(%)	(horas)	(%)	Consumo / Oferta.
La Red	16,0	6,0%	0,05	1,8%	0,29
UCV TV	32,6	12,3%	0,04	1,5%	0,12
TVN	160,0	60,5%	1,43	47,2%	0,78
Mega	27,7	10,5%	1,16	38,2%	<b>3,64</b>
CHV	19,5	7,4%	0,25	8,1%	<b>1,10</b>
Canal 13	8,6	3,3%	0,10	3,3%	<b>1,00</b>

Con respecto a **los horarios**, casi 70% del visionado ocurrió en franjas *prime*, entre las 18:00 y las 00:59 horas.

Destaca también el aumento del consumo durante el *prime* nocturno, que pasó de 43% en 2017 a 49,6% en 2018 y el incremento de consumo matinal, que durante 2018 llegó a 20,3% -fue sólo 2,5% en 2017-, esto debido a la presencia de

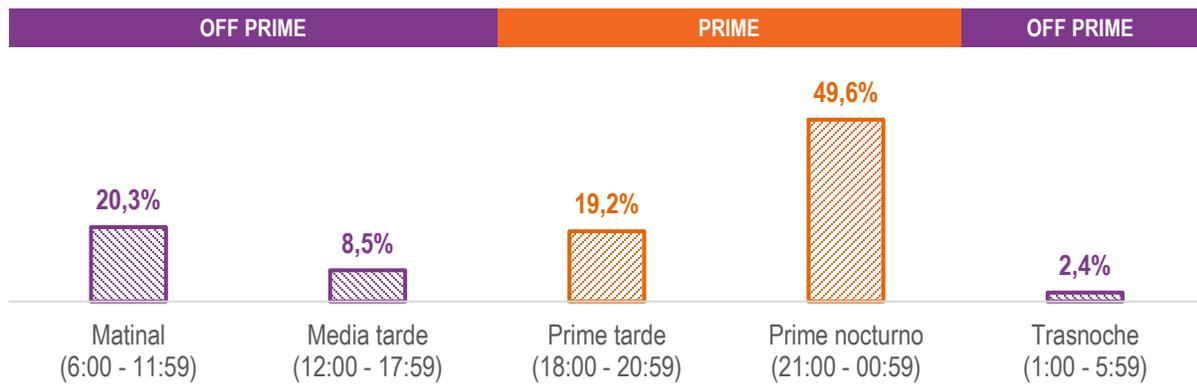
<sup>11</sup> La relación entre consumo y oferta es una razón entre la proporción de horas emitidas respecto del total de la oferta y de horas consumidas respecto del total del consumo. Si resulta superior a 1, se considera que hubo rendimiento positivo de dicha programación.

programación infantil los fines de semana. Una explicación posible para este importante incremento es el alza de la oferta infantil con los aportes del Fondo CNTV. De los 4 programas más vistos en este horario, 3 son infantiles.

Trasnoche y media tarde fueron los horarios menos vistos. Se replica el patrón de mayor consumo de televisión en horarios *prime*.

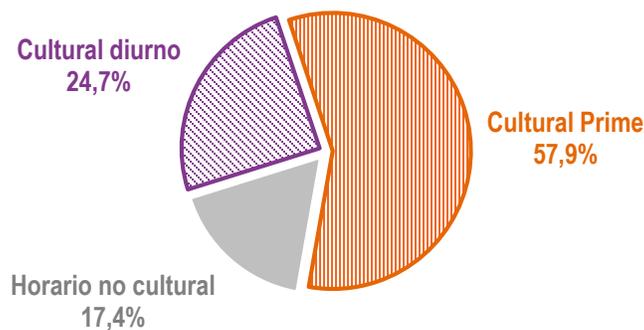
Al igual que otros años, hay más proporción de consumo que oferta en horarios prime, lo que sugiere un buen rendimiento de los programas del Fondo en este horario.

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



Según el horario establecido para emisión de **programación cultural**, la distribución del consumo en ese tramo horario es la siguiente:

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

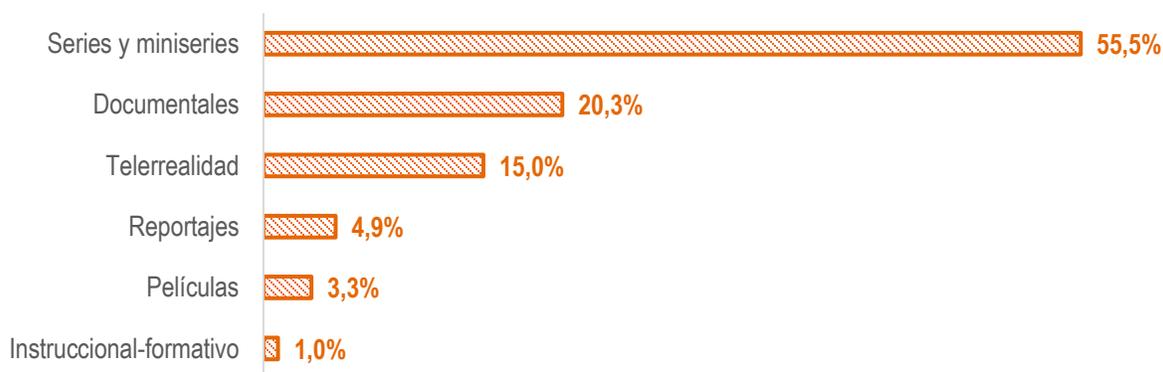


Tal como se evidencia, la mayor parte de la programación del Fondo CNTV fue vista durante el horario cultural prime, con 57,9%. Durante este horario de emisión, la programación del Fondo obtuvo una relación de 1,1 respecto de su oferta.

En tanto, casi 20% se vio en horarios no considerados culturales. Se ha de destacar, no obstante, que el rendimiento de programas del Fondo emitidos fuera de horario cultural en trasnoche, tiene una relación positiva -1- con un 12% de oferta y 12% de consumo.

En cuanto a los géneros televisivos, se mantiene el liderazgo de series y miniseries, que concentran casi la mitad del consumo: luego se encuentran los documentales, y, en tercer lugar, la telerrealidad.

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



De ese modo, se mantienen los mayores consumos en los géneros televisivos que típicamente financia el Fondo CNTV, entregando más alternativas para la audiencia.

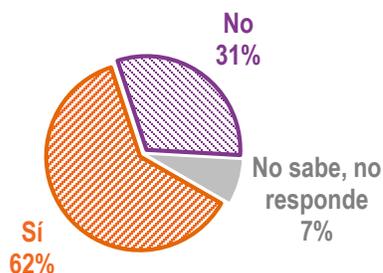
En términos de rendimiento de audiencia, son las series y la telerrealidad los géneros que alcanzan una mayor eficacia. Entre los programas de telerrealidad destacan: *Operación verde* y *Qué pasó con mi curso*, ambos emitidos por TVN.

#### DATOS COMPLEMENTARIOS DE OPINIÓN

Hasta ahora los datos se han referido a las conductas de consumo de las audiencias. Como información complementaria, es de interés entregar los resultados de la última encuesta nacional de televisión, con opiniones y demandas del público respecto de las políticas del Fondo CNTV, datos que demuestran la relevancia de este tipo de contenidos para la teleaudiencia.

De acuerdo a la última Encuesta Nacional de Televisión, las personas apoyan de forma mayoritaria el financiamiento público de programas de televisión.

*Según su apreciación de lo que es calidad, ¿piensa usted que es importante que el Estado financie televisión de calidad? IX Encuesta Nacional de Televisión (2017)*



En la misma encuesta se preguntó qué significa “calidad”. Como se aprecia a continuación, el 62,7% de las respuestas va en la dirección de “contenidos relevantes, identitarios, que eduquen o ayuden a tener opinión”. El 28% apunta a contenido entretenido e innovador, lo que está en consonancia con la definición de lo que define la ley para la programación del Fondo<sup>12</sup>.

*Según su opinión, ¿cuáles de las siguientes frases representan mejor lo que es un programa de calidad en la televisión? IX Encuesta Nacional de Televisión (2017)*



<sup>12</sup> Ver definición en página 6 a pie de página.

## ANÁLISIS DE AUDIENCIA GENERAL

A continuación, se describe la oferta y consumo de los programas del Fondo CNTV, de acuerdo a sus canales de emisión.

### RATING DE PROGRAMAS FONDO CNTV, POR CANAL

#### LA RED

En 2018, el canal La Red emitió tres programas del Fondo: *Extraordinarios*, *Sin fronteras* y *Unfinished plan*, documental premiado en 2013 y estrenado en 2018. Los programas bordearon 1 punto de rating hogares, cerca de 23.000 hogares, tal como se observa en la siguiente tabla.

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

PROGRAMA	DUR	INICIO	EMISIONES	HOGARES		INDIVIDUOS	
				RAT	N	RAT	N
Extraordinarios (r)	30:15:00	19:00	8	0,8	18.578	0,4	27.517
Unfinished plan	91:00:00	22:00	1	1	23.249	0,4	25.413
Extraordinarios	30:20:00	19:00	9	1	22.494	0,3	23.420
Sin fronteras	58:30:00	9:31	6	0,8	18.982	0,3	21.322

## TV+

Este canal emitió cinco programas financiados por el CNTV: *Pasos de cumbia*, *Territorios imaginados*, *En movimiento*, *Mentes brillantes*, *Inmigrantes* y *Pueblo chico, gente grande*. Todos bordearon los 0,4 puntos, es decir, alrededor de 9 mil hogares.

*Tabla N° 5. Programas emitidos y audiencia, TV+*

PROGRAMA	DUR	INICIO	EMISIONES	HOGARES		INDIVIDUOS	
				RAT	N	RAT	N
Pasos de cumbia	48:37:00	20:47	8	0,4	8.971	0,2	11.773
Territorios imaginados	27:07:00	16:46	8	0,4	10.130	0,2	11.468
En movimiento	4:45	0:03	153	0,4	8.762	0,1	10.409
Mentes brillantes	28:30:00	16:48	2	0,4	9.774	0,1	10.218
Inmigrantes	4:09	0:30	85	0,5	11.234	0,2	12.994
Pueblo chico gente grande	26:15:00	20:17	8	0,3	6.262	0,1	9.424

## TELEVISIÓN NACIONAL

La señal pública emitió 21 programas del Fondo CNTV, entre los que destacan en audiencia y reconocimiento público, *Ramona*, *Operación verde*, *Chile íntimo*, *Casa de Ángelis*, *Réquiem de Chile*, *Chicago boys*, *Los niños* y *Do remix*.

**Tabla N° 6. Programas emitidos y audiencia, TVN**

PROGRAMA	DUR	INICIO	EMISIONES	HOGARES		INDIVIDUOS	
				RAT	N	RAT	N
Ramona	28:00:00	22:29	6	4,6	105.766	1,9	138.370
Operación verde	58:30:00	19:55	10	4,1	94.052	1,6	114.978
Réquiem de chile	55:07:00	18:51	8	4,4	100.028	1,5	110.224
Chile íntimo (r)	54:36:00	10:46	5	3,9	89.180	1,4	103.777
Operación verde (r)	58:56:00	18:16	15	3,2	72.339	1,2	85.294
Casa de Ángeles	61:34:00	22:45	7	2,9	66.616	1,1	77.589
Que pasó con mi curso (r)	59:30:00	16:42	6	3	67.246	1,1	77.021
Réquiem de chile (r)	45:27:00	17:42	11	2,8	64.645	1	70.956
Los niños	85:27:00	23:56	26	2,6	60.073	1	68.882
Habitantes del pacífico (r)	53:34:00	11:20	7	2,4	55.371	0,9	61.676
Do remix	32:30:00	9:09	2	2,6	58.421	0,9	61.607
Indígenas notables	55:42:00	16:58	7	2,4	53.794	0,8	60.820
El lugar más bonito del mundo (r)	63:12:00	18:39	5	1,9	43.760	0,7	49.682
Los fantásticos viajes de Ruka	28:35:00	9:30	32	1,5	34.044	0,6	41.989
Los próceres más posers	32:00:00	9:36	9	1,4	31.908	0,5	38.962
Do remix (r)	33:36:00	8:43	5	1,6	35.872	0,5	36.518
Puerto papel	22:47	9:23	24	1,2	27.933	0,5	35.346
Nano aventuras	22:13	8:55	41	1,2	26.757	0,4	31.868
Plastilino	8:42	8:22	7	1,3	29.477	0,4	31.150
Horacio y los plasticines	14:01	8:24	37	1	22.955	0,4	25.419
Ene tene tú	7:37	8:20	16	0,9	21.479	0,3	24.163

Especial interés suscitó el estreno en televisión abierta del documental *Chicago Boys*, que obtuvo alta audiencia a pesar del horario de emisión -00:11 horas-, especialmente en sectores socioeconómicos ABC1 y C2.

Se destaca también la alta presencia de contenidos infantiles provenientes del Fondo, con programas como *Los fantásticos viajes de Ruka*, *Los próceres más posers*, *Horacio y los plastilines*, *Ene tene tú*, *Nano aventuras* y *Puerto papel*.

## MEGA

Las series del Fondo que transmitió el canal Mega tuvieron muy buenos resultados de audiencia. Durante 2018 fueron solamente dos: *Martín, el hombre y la leyenda*, y *La cacería*. Ambas bordearon los 15 puntos de rating hogares, las cifras más altas para este tipo de contenidos entre toda la oferta 2018. Ambas producciones fueron estrenos; la primera fue premiada en 2016 y la segunda en 2015.

Medidas por su alcance en personas, las dos fueron vistas en promedio por unos 440.000 individuos en sus estrenos, pues tal como se observa en la Tabla N° 7 se debe agregar otra cantidad importante de individuos que alcanza en su repetición.

**Tabla N°7. Programas emitidos y audiencia, Mega**

PROGRAMA	DUR	INICIO	EMISIONES	HOGARES		INDIVIDUOS	
				RAT	N	RAT	N
Martín, el hombre y la leyenda	62:48:00	23:20	5	15,4	350.769	6,0	430.434
La cacería	54:00:00	23:07	8	15,2	346.596	6,2	447.328
La cacería (r)	57:13:00	0:06	9	8,2	185.802	3	214.588

## CHILEVISIÓN

Chilevisión emitió tres programas financiados por el CNTV: *Mary & Mike*, *Wild Chile* y *Cartas de mujer*. La primera de ellas, un estreno, que trata sobre la vida familiar de dos agentes de la DINA, Michael Tonwley y Mariana Callejas. La serie alcanzó a 140 mil hogares en promedio.

**Tabla N° 8. Programas emitidos y audiencia, CHV**

PROGRAMA	DUR	INICIO	EMISIONES	HOGARES		INDIVIDUOS	
				RAT	N	RAT	N
Mary & Mike	60:36:00	23:02	5	6,2	141.180	2,1	152.979
Mary & Mike (especial)	55:00:00	1:06	1	4,1	93.517	1,3	96.618
Cartas de mujer	61:00:00	18:32	3	3,6	82.876	1,2	85.313
Wild chile (r)	59:15:00	9:01	8	2,5	57.421	0,9	62.077
Wild chile	68:00:00	8:14	2	2	45.477	0,7	49.599

### CANAL 13

Este canal emitió dos programas del Fondo CNTV: *No, la serie*; y el programa infantil *Petit* -una serie animada chilena basada en un libro, *Petit el monstruo*-.

Si bien tuvo cifras algo bajas de audiencia, es importante analizar en detalle su público objetivo según afinidad<sup>13</sup> -medida que se considera en el próximo apartado-. Así, entre niñas, niños y adolescentes, el programa alcanzó una afinidad de 103. En tanto, entre quienes no cuentan con televisión de pago, esta afinidad es de 415; es decir, obtuvo más de cuatro veces más rendimiento de audiencia que en el público general.

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

PROGRAMA	DUR	INICIO	EMISIONES	HOGARES		INDIVIDUOS	
				RAT	N	RAT	N
No, la serie	57:30	00:42	4	5,7	130.420	2,2	157.123
Petit	23:40	08:06	12	0,9	20.304	0,3	21.685

<sup>13</sup> 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.

AFINIDAD DE LOS PROGRAMAS SEGÚN PÚBLICOS DE INTERÉS

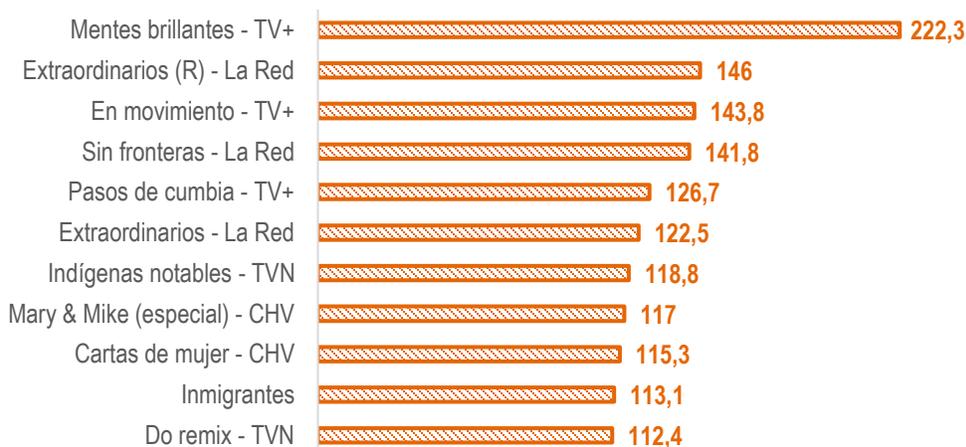
La afinidad de un programa es la cercanía que tiene un programa, con una audiencia específica, y que, por lo tanto, se transforma en una audiencia estable de dicha oferta.

La afinidad, en términos estadísticos, resulta de la división del rating de un público específico, por el rating general. Cualquier resultado sobre 100 indica que el programa tuvo especial éxito en ese público. En general, la afinidad es la variable que se usa de manera preferente para evaluar la programación de nicho, como es, por ejemplo, el caso de la televisión de pago.

El comportamiento de las audiencias de los programas del Fondo CNTV, evidencia que dicha oferta tuvo una mejor llegada en hogares de menores recursos –segmentos C3 y D-, que tienen menos acceso a televisión pagada. Este también es el caso de la programación infantil del Fondo.

El gráfico siguiente muestra los 10 programas con mayor afinidad en hogares C3.

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



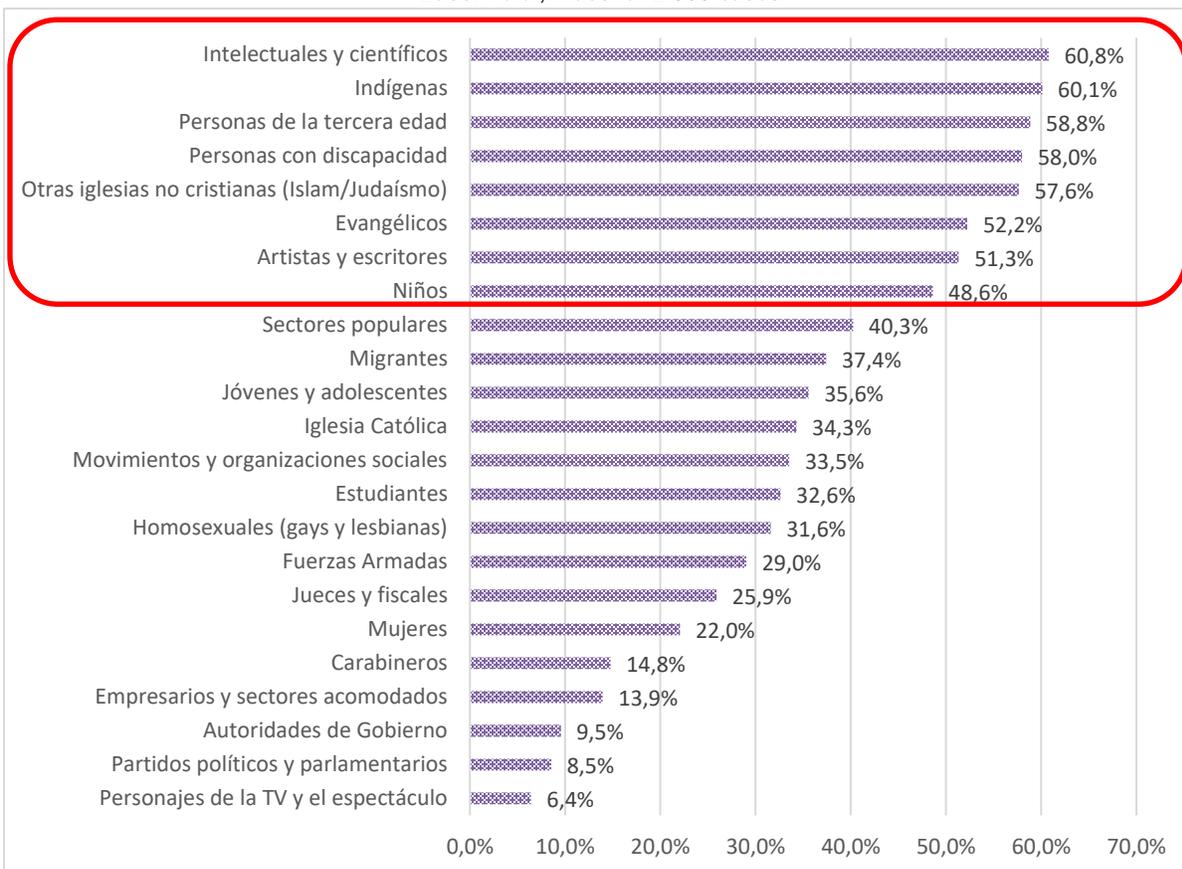
Sobresale *Mentes brillantes*, de TV+, con una considerable afinidad para los hogares de estrato medio- bajo (C3). Es importante destacar que este programa hace visible la vida y obra de importantes científicos chilenos, poniendo el foco en relevar la investigación científica en el país y mostrar la ciencia aplicada.

Además, destacan en afinidad programas en los que se abordan temáticas tan diversas como la inclusión social de personas con discapacidad –el programa ‘Extraordinarios’-; la cultura de localidades ubicadas en zonas limítrofes del país –el programa ‘Sin fronteras’-; y la danza chilena -programa *En movimiento*-.

Lo interesante de estos datos es que se observa una cercanía de este sector –C3- con contenidos que muestran capacidades de chilenos y chilenas, que explotan su propio potencial, incluso ante la adversidad física y ambiental. Los programas se centran en el esfuerzo, el logro y el aprendizaje, y aportan novedad en relación a los actores sociales que la TV Abierta no suele mostrar, como se advierte en los siguientes datos de la IX Encuesta Nacional de Televisión (ENTV).

**Los siguientes grupos o personas, ¿Tienen demasiado tiempo, poco tiempo o aparecen el tiempo adecuado en TV abierta? C3, sólo la alternativa poco tiempo. ENTV 2017**

Base: Total, Muestra: 2.859 casos

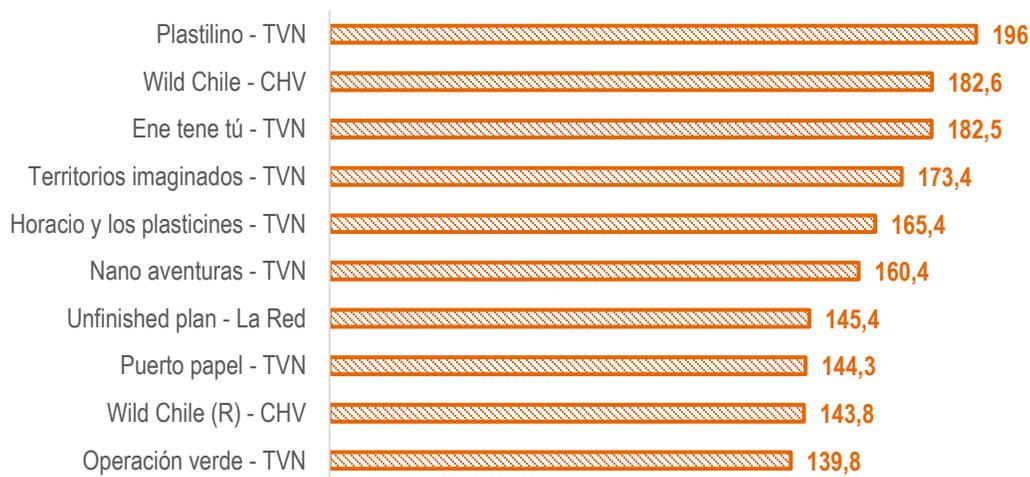


En el caso de los hogares del segmento D –estrato bajo- los programas con mayor afinidad en 2018, son los infantiles, como ya ocurrió en años anteriores. Se trata de, *Plastilino*, *Ene tene tú*, *Horario y los plasticines*, y otros. Sin embargo, también destacan programas que muestran nuestro país, a partir de la naturaleza, la ecología y el arte, como *Wild Chile*, *Territorios imaginados*, *Unfinished plan* y *Operación verde*.

Tanto el público infantil como el adulto, remiten en este estrato de bajos recursos, a la identidad y al conocimiento. Ya no tanto mirado desde los actores y su esfuerzo personal como el caso de *Mentes Brillantes* o *Extraordinarios* para el estrato medio-bajo (C3), sino desde el aprendizaje y el acceso al conocimiento.

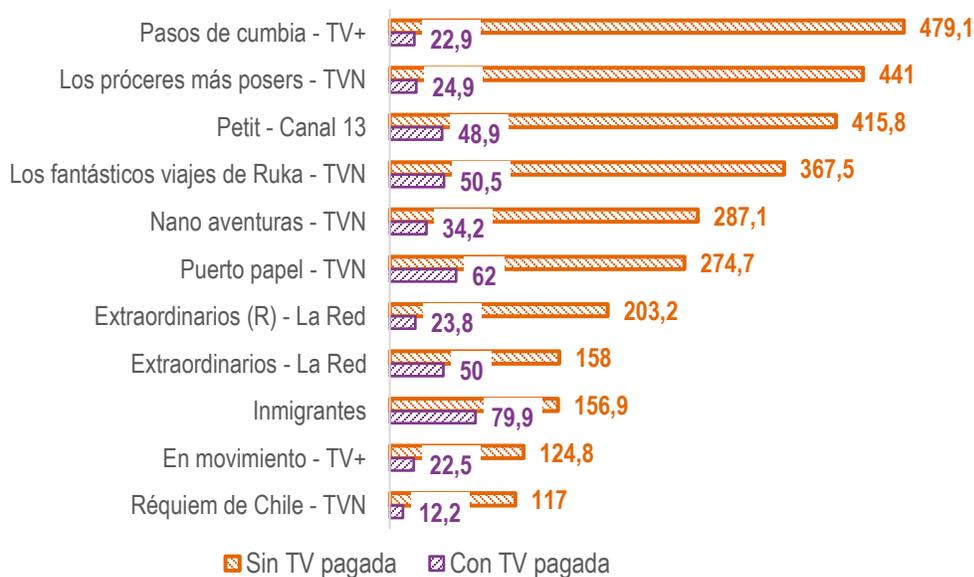
Se recalca la importancia y significado que tiene la programación infantil en el segmento bajo (D): se trata justamente de quienes tienen menos posibilidades de acceder a otras ofertas televisivas –como la oferta de pago- y a otras plataformas, por ejemplo, *on line*, en las que existe gran oferta de contenidos infantiles.

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



En línea con lo anterior, se ha de notar que varios programas del Fondo, en especial los infantiles, aunque no exclusivamente, logran muy buena llegada entre niñas y niños sin acceso a televisión de pago.

**Gráfico N° 17. Diez programas con mayor afinidad entre niñas y niños, de hogares con y sin Televisión Pagada**



La mayoría de estos programas se emitió los fines de semana, en horario matinal. Sólo *Pasos de cumbia* y *En movimiento* se emitieron también los días de semana. Es notoria también la diferencia en los resultados de audiencia con quienes cuentan con televisión pagada.

## PROGRAMACIÓN INFANTIL DEL FONDO CNTV

### Programación Infantil y TV Abierta

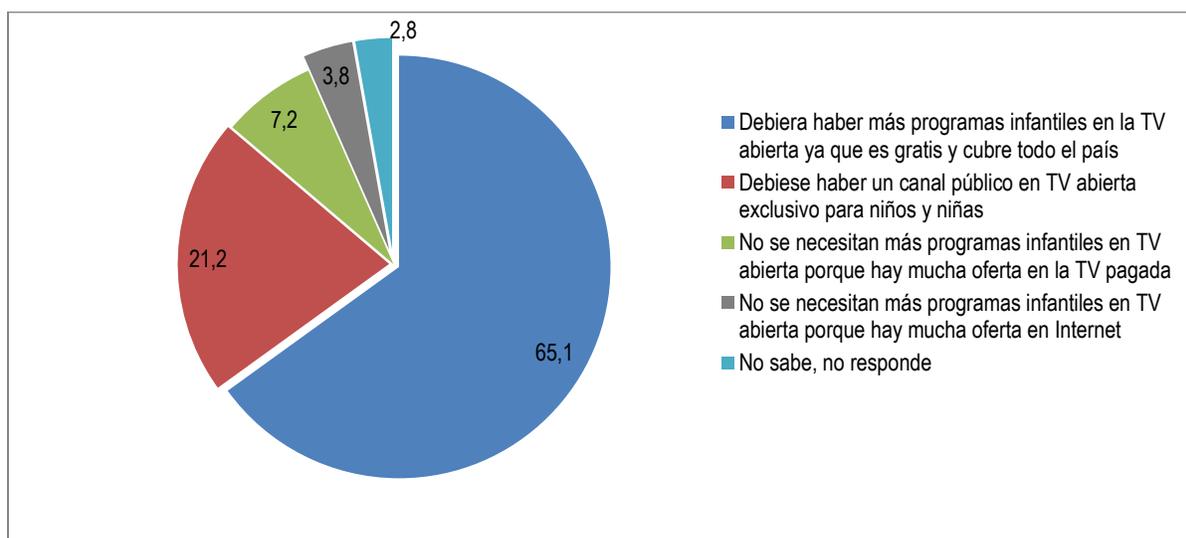
Uno de los públicos de preocupación para el CNTV, y para las audiencias en general, son las niñas y niños. En este sentido, es importante tener presente algunos datos que enmarcan esta preocupación y que tienen directa relación con la ejecución de políticas públicas dirigidas a fortalecer la programación cultural, y aportar a la diversificación de contenidos, particularmente en el espacio televisivo de libre recepción, de alcance masivo, con acceso gratuito.

Así un dato relevante, es el espacio marginal que se le destina a la programación infantil en la TV abierta nacional: el 0,9% del total de la parrilla de los canales durante el 2018 -equivalentes a 413 horas de emisión-. Un espacio restringido en la grilla de los canales, franjeado, principalmente, los días sábado y domingo en horario matinal y con eventuales largometrajes en días festivos.

Esto se encuentra en directa concordancia con la opinión de las audiencias, que, demanda, en un 65,1%, “*más programas infantiles en la TV Abierta, ya que es gratis*”. Y que afirma, en un 21,2%, que “*Debiese haber un canal en TV Abierta exclusivo para niños y niñas*” (ENTV, 2017).

**Respecto de la oferta de programas infantiles, ¿Cuál de las siguientes frases representa mejor su opinión? (Encuesta Nacional de TV, 2017)**

Base: Vivienda con niños de 13 años y menos: 1987 casos (34.7%)



Bajo este prisma, los datos nos indican una falta de espacio a contenidos para un público específico, que es más que una audiencia de nicho, sino, un público de interés para la política pública, por la importancia de esta etapa de desarrollo y como sujetos de protección.

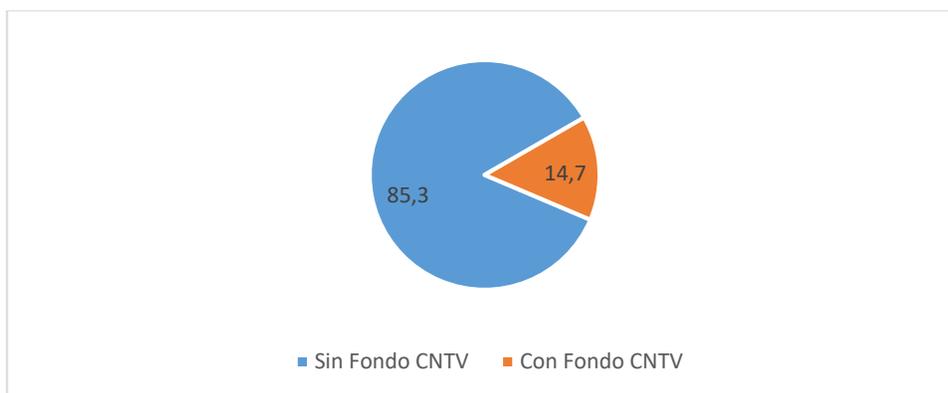
A continuación, se muestran datos, tanto de oferta como de consumo, que enmarcan, la ejecución de la política pública institucional que dice relación con una de las líneas regulatorias establecidas en el Art. 12° b) de la Ley 18.838<sup>14</sup>. También se entrega información sobre las audiencias de estas producciones, con el objetivo de fijar el alcance de este financiamiento estatal para uno de sus beneficiarios directos: la infancia sin acceso a contenidos televisivos pagados.

El Fondo fomenta la presencia de programación infantil en la pantalla abierta, lo que se observa desde su aporte a la parrilla, como también a partir del impulso a la creación chilena. Los contenidos de estos programas guardan relación directa con la identidad, el conocimiento y el aprendizaje para esta audiencia particular

### Oferta de Programación infantil del Fondo CNTV

En el contexto de la marginal oferta de programación infantil en la televisión abierta en general, el Fondo es importante ya que, se posiciona, como una alternativa a la industria internacional, con producción local.

**Gráfico N° 18. Oferta programación Infantil Fondo CNTV**  
Base: horas programación Fondo CNTV: 413 horas



<sup>14</sup> ... “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”.

Del total de programación infantil en los canales abiertos (413 horas), 14,7% posee financiamiento del Fondo CNTV. Esta oferta es emitida en su totalidad en franja matinal del día sábado. Un 92,2% se transmite por pantallas de TVN con programas como: *Ene tene tú*, *Los Próceres más posers*, *Puerto papel*, *Plastilino*, *Nano Aventuras*, *Horacio y los plastilines* y *Los fantásticos viajes de Ruka*. El 7,8% restante corresponde a las emisiones de la serie para preescolares *Petit*, de Canal 13.

Un dato importante a tener en cuenta es la distribución de los programas del Fondo CNTV según público objetivo.

De acuerdo al gráfico siguiente el 23% del total de esta programación es infantil. Una proporción considerable que da cuenta del énfasis de esta iniciativa estatal.

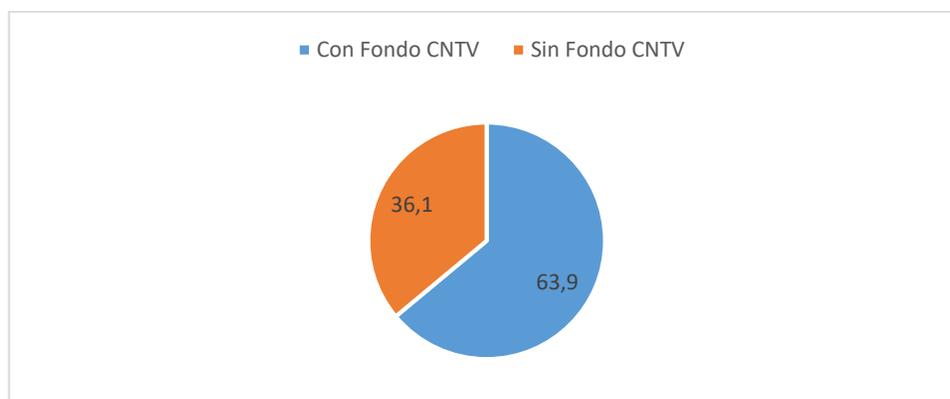
**Gráfico N° 19. Oferta programas Fondo CNTV, por público objetivo**

Base: horas programación Fondo CNTV: 264 horas



Con el marco general que describe la presencia del Fondo CNTV en relación a la programación infantil, es interesante focalizar algunos datos de oferta de esta programación. Así, el 64 % -aproximadamente- de la oferta nacional infantil de televisión abierta, es producto de este Fondo.

**Gráfico N° 20. Oferta programación infantil nacional, por tipo de financiamiento**  
Base: horas programación Fondo CNTV: 95 horas



Este dato tiene aún mayor relevancia cuando se observa que el resto de la programación infantil –es decir, no financiada por el Fondo CNTV- más del 90% es extranjera (y sólo el 9,7% es de origen nacional).

### **Audiencias de Programas infantiles del Fondo CNTV**

Para poder observar el consumo de este target específico con mayor profundidad y determinar algunos resultados en cuanto a la eficacia del Fondo, se utilizarán variables que permiten identificar un comportamiento particular de la audiencia infantil respecto a los programas especialmente para ellos. Además de analizarlos de acuerdo a criterios puntuales como hogares con sin TV de Pago y por grupo socio-económico (GSE).

En la tabla siguiente se muestran resultados del alcance de estos programas en cantidad de niños/as (reach#) y la afinidad (aff%) y cercanía de esta audiencia con los programas financiados con el Fondo CNTV.

La primera variable calcula la cantidad de personas de determinados targets que vio al menos un minuto del programa y la segunda variable indica el grado de cercanía de un determinado target con los programas analizados. En el caso de la Afinidad, ésta es positiva cuando el resultado se encuentra por sobre 100%: mientras más alto el porcentaje, más afín es al nicho estudiado.

**Tabla N° 10: Alcance y Afinidad de programación infantil Fondo CNTV (4 a 12 años) por tipo TV**

	Con TV Paga		Sin TV Paga	
	Alcance	Afinidad	Alcance	Afinidad
<i>LOS PROCERES MAS POSERS</i>	3.700	24,9	6.700	<b>441</b>
<i>PETIT</i>	3.600	48,9	3.800	<b>416</b>
<i>LOS FANTASTICOS VIAJES DE RUKA</i>	4.000	50,5	6.000	<b>368</b>
<i>NANO AVENTURAS</i>	2.000	34,2	4.800	<b>287</b>
<i>PUERTO PAPEL</i>	4.600	62	3.100	<b>275</b>
<i>HORACIO Y LOS PLASTICINES</i>	1.400	34	800	82
<i>ENE TENE TU</i>	1.500	43,1	No aplica	No aplica
<i>PLASTILINO</i>	800	18,6	No aplica	No aplica

Se hace evidente en esta tabla, la afinidad de la programación del Fondo con niños sin TV de pago.

De los 10 programas infantiles, 6 presentan una alta afinidad en niños y niñas que no poseen TV paga. Además, en términos de alcance con alta afinidad: *Los próceres más posers* y *Los fantásticos viajes de Ruka*, ambos con más de 6.000 menores de 12 años que lo vieron al menos 1 minuto.

Por el contrario, los niños que cuentan con televisión de pago no muestran afinidad con los programas del Fondo, lo que puede explicarse por la diversidad de contenidos para este público en la oferta de canales temáticos.

En la siguiente tabla, se entregan las cifras de alcance y afinidad de la programación infantil del Fondo con el público de cuatro a doce años. Debido a que las mediciones no consideran niños menores de esa edad, los programas dirigidos a público menor de cuatro años, aparecen con baja o nula afinidad. Son programas de formato muy corto, tipo clips musicales, de mayor éxito entre niños que inician su desarrollo del lenguaje y de habilidades sociales –o autocuidado- y que no se miden como audiencia. Los ejemplos son: “Platilino”, “Horacio y los Plasticines” y “Ene Tene Tú”. La excepción es la serie “Petit”, que tiene afinidad con un público mayor.

**Tabla N° 11: Alcance y Afinidad de programación infantil Fondo CNTV (4 a 12 años) por GSE**

	ABC1		C2		C3		D	
	Alcance	Afinidad	Alcance	Afinidad	Alcance	Afinidad	Alcance	Afinidad
<b>PUERTO PAPEL</b>	900	145,3	1.100	78,7	3.800	188	1.800	45
<b>LOS FANTASTICOS VIAJES DE RUKA</b>	1.300	139,6	1.500	96,6	4.400	172,8	2.800	73,9
<b>NANO AVENTURAS</b>	500	89,4	1.300	58,8	2.600	113,5	2.400	74,6
<b>LOS PROCERES MAS POSERS</b>	1.100	80,5	2.800	202,6	3.000	95,4	3.500	87,8
<b>PETIT</b>	700	154	1.200	127,8	2.600	84,6	3.000	137,2
<b>PLASTILINO</b>	100	34,7	0	0	700	38	0	0
<b>HORACIO Y LOS PLASTICINES</b>	400	65,9	400	47,4	500	27	900	47,4
<b>ENE TENE TU</b>	200	54,2	0	0	0	0	1.300	69,1

De acuerdo a una distribución por grupo socio- económico, se evidencia que la mayoría de los programas presenta afinidad, lo que deja de manifiesto la buena llegada con su público.

A luz de los datos de audiencia mostrados, los programas infantiles del Fondo CNTV en general presentan afinidades importantes con el público infantil en los distintos estratos socioeconómicos.

Sin embargo, el desafío es llegar en mayor medida al estrato bajo (D) teniendo en cuenta la escasa oferta de programación infantil en los canales abiertos; y la calidad de las series del Fondo para este público, que nos remite a la identidad chilena, con contenido histórico en algunos casos, científico en otros, y que son innovadores tanto en formato como en temáticas.

## PRINCIPALES RESULTADOS y DISCUSIÓN

Los programas financiados por el Fondo CNTV obtienen, en general, un buen rendimiento de audiencia, sin bien, los buenos resultados expresados en cifras de rating se asocian a las cifras de audiencia del canal. Esto visto desde una medición tradicional de éxito con la que trabaja la industria. Así, se puede predecir que, los programas del Fondo tendrán altas cifras de audiencia en los canales más vistos.

Estos resultados también deben ser considerados favorables al analizar el horario *prime*, puesto que obtienen mejores rendimientos en ese bloque. Constituyen de este modo, un incentivo para animar a los canales a emitirlos en esas franjas horarias.

En cuanto a los géneros favoritos del público, los programas de ficción que se producen con estos fondos corresponden a series y miniseries, las que logran los mejores resultados entre los programas premiados, seguidos por los reportajes y la telerrealidad. Esto cobra especial valor ante la mayor oferta que existe de productos de ficción en las diversas modalidades que actualmente distribuyen los contenidos audiovisuales de este tipo y con las que estarían compitiendo (Netflix, HBO Go, Movistar Play, etc). Así, es importante poner en valor sus resultados, tratándose de un fomento de programas nacionales a la altura de una oferta internacional.

Desde una lógica de interés social que exige una política pública, es posible poner en valor también, el buen rendimiento que obtienen los programas destinados al público infantil, si bien no logran altas audiencias: son especialmente vistos en hogares de segmentos medios-bajos, bajos y sin televisión de pago, que son precisamente quienes tienen menos medios para acceder a programas infantiles por otras vías, distintas de la televisión abierta.

Esto permite consolidar una valoración positiva del esfuerzo que hace el Estado por financiar estas producciones, ya que incrementa la oferta cultural para todos los telespectadores, y en particular para aquellos que históricamente han ido quedando desatendidos, y que, tienen a la TV abierta como única fuente para acceder a productos de alto nivel cultural de manera gratuita.

Se puede poner en valor también, y como resultado de este estudio, que los programas con mayor éxito, alcanzan un público que se expresa en cientos de miles, y en miles de personas incluso cuando el rating es bajo. De este modo, el alcance masivo de la producción audiovisual nacional, sigue siendo casi exclusivo de la televisión abierta. A esto se debe agregar la difusión que se hace a través de la *Plataforma Audiovisual*, videoteca online del CNTV<sup>15</sup>, con parte del catálogo,

---

<sup>15</sup> <https://www.cntv.cl/videoteca>

disponible en forma gratuita. Se suma, asimismo, el hecho reciente de que varias series del Fondo se encuentran en Netflix, llegando así, a más audiencias<sup>16</sup>.

Finalmente, uno de los puntos centrales a considerar es que los contenidos de los programas del Fondo CNTV apuntan, en gran medida, a rescatar aspectos de la cultura nacional abordándolos desde la historia, la cultura popular, el interés general, el conocimiento, el arte, la cotidianidad y el reconocimiento al esfuerzo. En este sentido existe una cercanía de estos contenidos con las audiencias que el Fondo CNTV tiene como beneficiario principal.

## **PALABRAS FINALES**

El Fondo CNTV, en su calidad de programa, contempla la participación de, al menos, tres actores: el Estado, encargado de financiar y promover contenidos audiovisuales culturales, con identidad chilena y valor social; la industria, conformada por productores audiovisuales y canales de televisión, que, en un esfuerzo conjunto, logran la producción y emisión de dichos audiovisuales; y las audiencias, que, como beneficiarias, la demandan<sup>17</sup> y la consumen, para acceder a programación con sentido, no desechable, y que se posiciona como una alternativa a la homogeneidad<sup>18</sup> de la parrilla de los canales de televisión abierta.

Los programas del Fondo han logrado un estándar que sintoniza con las personas, dialogando así con las audiencias propias de cada canal, agregando contenido cultural y de interés identitario, garantizando así, el éxito de su exhibición.

---

<sup>16</sup> El éxito de los programas para menores de cuatro años, se puede medir en otras plataformas ya que el *People Meter* no los considera. En próximos informes se considerará incluir datos de la Plataforma Audiovisual del CNTV.

<sup>17</sup> Resultado de todos los estudios de opinión. Más recientemente, la IX ENTV (2017). [www.cntv.cl](http://www.cntv.cl)

<sup>18</sup> Datos de opinión. Ver encuesta citada.

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