

**LA TELEVISIÓN REGIONAL Y LOCAL  
OPINIÓN DE LAS AUDIENCIAS**

2016

## Contenido

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	4
<b>CONTEXTUALIZACIÓN</b> .....	5
<b>ASPECTOS METODOLÓGICOS</b> .....	11
<b>RESULTADOS</b> .....	14
<b>ATRIBUTOS POSITIVOS DE LA TV LOCAL/REGIONAL</b> .....	14
Canales con diversidad de funciones .....	14
Reflejo de las comunidades .....	15
Contribución a la identidad local: cultura, servicios e información .....	16
Contribución a la desmitificación de lo negativo .....	17
Aporte al desarrollo económico local .....	18
Espacio de desarrollo laboral para talentos jóvenes .....	19
Una buena alternativa a la TV abierta nacional .....	19
<b>DEMANDAS NO SATISFECHAS DE LA TV LOCAL / REGIONAL</b> .....	23
Mejorar el acceso a canales regionales y locales .....	23
Incrementar la programación infantil .....	23
Evitar la repetición de contenidos .....	25
Mejorar la entretención .....	25
Financiamiento de la Televisión Regional y Local .....	26
Canales municipales y servicio público .....	28
Difusión de la gestión municipal .....	29
Nuevamente las críticas a la calidad .....	30
<b>DISCUSIÓN</b> .....	32
Palabras finales: políticas públicas y televisión local .....	35
<b>Bibliografía</b> .....	37

## **Prefacio**

El siguiente documento contiene los resultados del estudio cualitativo<sup>1</sup> sobre la opinión de las audiencias de televisión regional y local. Se centra en la descripción de las valoraciones de la audiencia respecto de la oferta programática de los canales regionales y locales, identificando las motivaciones de las personas para ver estos medios de comunicación, y delineando fortalezas y debilidades que la audiencia percibe en estas estaciones de televisión. Asimismo, el estudio complementa la información de las audiencias con una primera aproximación a la opinión de representantes de canales regionales y locales, permitiendo identificar correspondencias y diferencias respecto de las percepciones del público.

La investigación permite la identificación de ámbitos, tanto de gestión como de contenidos, que presentan desafíos y oportunidades para el desarrollo y fortalecimiento de la televisión a nivel regional y local, los que pueden proporcionar bases para el mejoramiento del funcionamiento de estas estaciones y para el desarrollo de eventuales instrumentos públicos de apoyo en la materia.

**María Dolores Souza**

**Directora del Departamento de Estudios y Relaciones Internacionales**

---

<sup>1</sup> Realizada por la Consultora ClíoDinámica durante 2015.

## INTRODUCCIÓN

En Chile, la Ley N°20.750<sup>2</sup> que permite la introducción de la televisión digital terrestre, en su Artículo 15, establece las definiciones de lo que se comprenderá por televisión regional, local y comunitaria, identificando características diferenciadas para cada una de ellas<sup>3</sup>.

Junto con lo anterior, la ley estipula que: “el Consejo Nacional de Televisión deberá establecer un sistema escalonado de beneficios, de manera de favorecer especialmente la difusión de la programación de concesionarios regionales, locales y locales de carácter comunitario” (Artículo 12, letra b). Como parte de dichos estímulos a la televisión regional y local, la legislación establece que los operadores de televisión de pago deben incorporar al menos cuatro señales regionales, locales o comunitarias (principio de *must carry*). Asimismo, la ley dispone que 40% del espectro disponible luego de la migración a la televisión digital deberá ser distribuido entre señales regionales, locales y comunitarias<sup>4</sup>. Finalmente, se contempla la implementación de mecanismos de subsidio específicos dirigidos a la televisión regional, local o comunitaria.

Se explicita también que el Consejo Nacional de Televisión (CNTV) “deberá considerar estudios sobre la programación transmitida, tanto a nivel nacional como regional, en ámbitos vinculados a la cultura, educación, medioambiente y demás materias de interés general y sus efectos sobre la formación de los niños, jóvenes y adultos” (Artículo 12, letra c).

En definitiva, la ley otorga un lugar específico dentro del sistema televisivo nacional a los canales regionales, locales y comunitarios y plantea la necesidad de estudiar este tipo de emisoras televisivas. En este contexto surge el presente estudio, con el objetivo de profundizar en esta temática, analizando – en este caso – las opiniones de las audiencias de los canales regionales y locales.

---

<sup>2</sup> Biblioteca del Congreso Nacional (2014) Ley núm. 20.750. Documento extraído desde: <http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=1060307&r=1>

<sup>3</sup> Cabe mencionar que estas definiciones entrarán en vigencia cuando finalice la migración a la televisión digital. Actualmente, las televisiones comunitarias existentes se ajustan a la definición legislativa.

<sup>4</sup> En su defecto, señales nacionales con contenidos educativos o culturales.

## CONTEXTUALIZACIÓN

La presencia de medios regionales y locales en los sistemas televisivos nacionales registra un importante proceso de consolidación a nivel mundial, relacionado con el fortalecimiento de la participación ciudadana en los medios de comunicación y el reconocimiento de los mismos como agentes relevantes para la democratización de las comunicaciones.

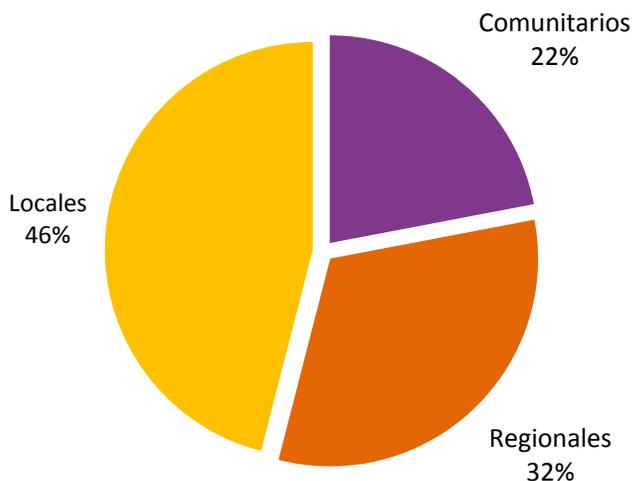
Los medios locales y regionales cuentan con antecedentes que se remontan a la década de los '40 del siglo pasado; sin embargo, a partir de los '70 la presencia de contenidos regionales adquiere mayor presencia en los sistemas nacionales. A partir de dicho momento, la televisión regional y local (junto a la comunitaria) comienza a ser conceptualizada como un mecanismo de descentralización de los medios de comunicación, vinculado con factores culturales, políticos y económicos tales como la descentralización del poder, la promoción de las identidades y el empoderamiento de las comunidades.

En Chile, conforme a la Ley N° 20.750, las concesiones de televisión regional corresponden a cualquier nivel de presencia o cobertura en una o más regiones, pero no más del 50% del total de regiones del país. Asimismo, en caso de tener presencia únicamente en una región, la concesión regional debe tener un alcance igual o superior al 25% de la población o al 50% de las comunas de la región.

Por otra parte, la legislación define las concesiones locales como aquellas que tienen presencia en sólo una región, con un alcance inferior a 25% de la población e inferior a 50% de las comunas de dicha región. Finalmente, la ley define a los concesionarios de radiodifusión televisiva local de carácter comunitario como personas jurídicas de derecho privado, sin fines de lucro, titulares de una sola concesión, con cobertura inferior a 25% de la población y a 50% de las comunas de una región, que no forman parte de cadenas ni redes en forma permanente.

De acuerdo a la información recogida en el *Catastro Nacional de Canales Regionales, Locales y Comunitarios* (CNTV, 2015), existe un total de 99 canales regionales, locales y local comunitarios. De ellos, 32 corresponden a canales regionales, 45 a locales y 22 a local comunitarios.

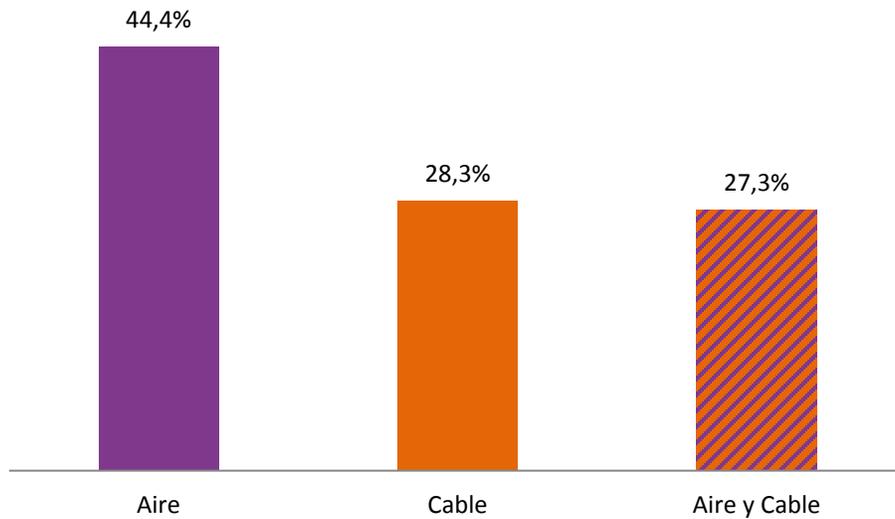
**Gráfico 1: distribución de canales regionales, locales y comunitarios**



Fuente: Catastro Nacional de Canales Regionales, Locales y Comunitarios (CNTV, 2015)

Los canales regionales y locales transmiten por distintas vías. Un 44,4% de las emisoras transmite exclusivamente por aire, un 28,3% únicamente por cable y un 27,2% lo hace por ambos medios. No obstante lo anterior, existen importantes diferencias respecto del medio de transmisión entre los canales regionales y locales. Así, si bien los canales locales se distribuyen de modo similar al común de los canales (44,4% por aire, 28,9% por cable y 26,7% por ambos), en el caso de la televisión regional esta distribución es distinta: un 43,8% lo hace sólo por cable y el mismo porcentaje para cable y aire, y un 12,5% por aire exclusivamente.

**Gráfico 2: medio de transmisión de canales regionales, locales y comunitarios**



Fuente: Catastro Nacional de Canales Regionales, Locales y Comunitarios 2015

La VIII Encuesta Nacional de Televisión (CNTV, 2014) muestra que los canales regionales y locales de televisión son valorados positivamente por las personas. De hecho, un 40% de su audiencia dijo estar satisfecha o muy satisfecha con su programación. Los motivos para encontrarse satisfechos con estos canales se exponen en el siguiente gráfico:

**Gráfico 3: razones de satisfacción con la televisión regional/local (% , respuesta espontánea recodificada)**

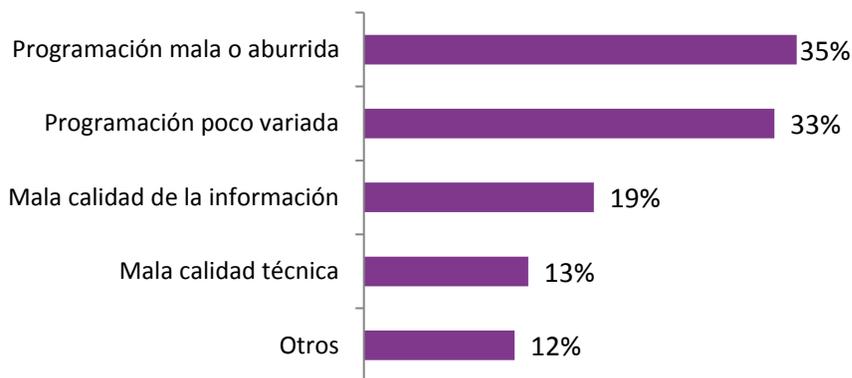


Fuente: VIII Encuesta Nacional de Televisión, 2014

Como se puede observar en el gráfico, la principal razón de satisfacción con los canales regionales o locales que menciona la audiencia es que éstos muestran la realidad local. En segundo lugar, con un porcentaje bastante más bajo, expresan que su programación es buena, entretenida o diversa.

Por otro lado, también hay quienes dicen estar insatisfechos con la televisión regional/local. Los principales motivos para encontrarse insatisfechos giran en torno a la programación de estos canales, considerando que ésta es mala, aburrida o poco variada, tal como se observa en el siguiente gráfico:

**Gráfico 4: razones de insatisfacción con la televisión regional/local**  
(%, respuesta espontánea recodificada)



Fuente: VIII Encuesta Nacional de Televisión, 2014

A pesar de que una parte de la audiencia dice estar insatisfecha con la televisión regional o local, la mayoría valora la información que ésta emite. Así, más de un 70% de los encuestados considera que los canales regionales y locales informan de manera confiable, muestran la realidad local e informan sobre noticias importantes.

**Gráfico 5: valoración de la información emitida por los canales regionales/locales (%)**



Fuente: VIII Encuesta Nacional de Televisión, 2014

En una misma línea, la audiencia de los canales regionales y locales prefiere los noticieros de este tipo de televisión que los de canales nacionales. Así, por ejemplo, piensan que los noticieros de canales nacionales se aprovechan más del dolor humano, se cargan hacia un lado de la política y presentan las noticias de forma más superficial.

**Gráfico 6: opiniones comparadas sobre noticieros regionales/locales y nacionales (% de acuerdo o muy de acuerdo con las afirmaciones)**

	REGIONALES/LOCALES	NACIONALES
<i>“Se aprovechan del dolor humano...”</i>	32,4%	61,6%
<i>“Se cargan hacia un lado de la política...”</i>	42%	66,1%
<i>“Presentan las noticias de manera superficial...”</i>	49%	56,5%

Fuente: VIII Encuesta Nacional de Televisión, 2014

A nivel internacional, existen diversas investigaciones que han reconocido la televisión regional y local como una herramienta importante para el desarrollo de territorios particulares. En este sentido, se ha comprendido este tipo de televisión como un mecanismo para el enriquecimiento cultural, más allá de aportar al entretenimiento y al ocio, fortaleciendo la propia identidad local (Ramírez, 2007).

En Europa, por ejemplo, se han entendido los canales regionales como espacios que ofrecen información a las personas sobre los lugares en los que habitan, entregando contenidos que facilitan la participación de las comunidades en sus lugares de residencia (CIRCOM, 2014).

Omar Rincón destaca que las televisiones nacionales han tendido a producir contenidos masivos, con miras a responder a la globalización. En este contexto, plantea que los canales regionales y locales permitirán reflejar culturas específicas, debido a la necesidad de representar la diversidad:

*“Ante la crisis de representación e identidad nacional y la creación de una cultura media popular mundial por parte de los medios de comunicación, los televidentes nacionales van a enfocar cada vez más sus producciones hacia el escenario – mundo. En este contexto, las posibilidades de creación de espejos culturalmente cercanos, la presencia de multiplicidad de estéticas que nos habitan y el potencial de reconocimiento de la diferencia se encuentra en las televisiones regionales y locales” (Rincón, 1998: 46).*

## ASPECTOS METODOLÓGICOS

Los objetivos que guían el estudio son los siguientes:

### Objetivo general

Caracterizar las opiniones de las audiencias sobre los canales regionales y locales.

### Objetivos específicos

1. Describir las valoraciones que realiza la audiencia de la oferta programática de los canales regionales y locales.
2. Identificar las motivaciones de las personas para ver televisión regional y local.
3. Describir las fortalezas y debilidades que la audiencia percibe en los canales regionales y locales.

### Tipo de estudio

El estudio es de carácter cualitativo. Busca indagar en las percepciones de la audiencia de los canales regionales y locales, identificando sus motivaciones para ver este tipo de canales.

### Técnicas para el levantamiento de información

Las técnicas para el levantamiento de información utilizadas fueron:

- Entrevistas en profundidad, con pauta semiestructurada, a informantes clave de canales regionales y locales.
- Entrevistas en profundidad, con pauta semiestructurada, a personas de la audiencia de canales regionales y locales.
- *Focus groups* con audiencia y audiencia potencial de canales regionales y locales<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> Se consideró principalmente a la audiencia efectiva, es decir, al conjunto de personas que han visto al menos dos veces durante el último mes el regional o local consultado. Las opiniones de la audiencia potencial –que no ve el canal aun teniendo acceso- se mencionan como contraste a la de la audiencia efectiva.

Muestra de grupos focales (12), con audiencia efectiva y potencial, de sexo mixto.

MACROZONA	REGION	CIUDAD	TIPO AUDIENCIA	SEGMENTO ETÁREO	TIPO CANAL	N
NORTE	I	IQUIQUE	EFFECTIVA	ADULTOS MAYORES	REGIONAL	6
	II	ANTOFAGASTA	EFFECTIVA	JÓVENES	REGIONAL	5
	II	CALAMA	EFFECTIVA	ADULTOS	LOCAL	4
CENTRO	V	VALPARAÍSO	POTENCIAL	ADULTOS	REGIONAL	7
	V	QUILLOTA	EFFECTIVA	ADULTOS MAYORES	LOCAL	7
	VIII	CONCEPCIÓN	EFFECTIVA	ADULTOS	REGIONAL	8
	VIII	CONCEPCIÓN	POTENCIAL	ADULTOS	TODOS	8
	VIII	LOS ÁNGELES	EFFECTIVA	JÓVENES	REGIONAL	7
SUR	IX	TEMUCO	EFFECTIVA	ADULTOS	REGIONAL	6
	IX	LAUTARO	EFFECTIVA	ADULTOS MAYORES	LOCAL	5
	X	PTO. MONTT	EFFECTIVA	JÓVENES	REGIONAL	9
	IX	PUCÓN	EFFECTIVA	ADULTOS MAYORES	LOCAL	5
<b>TOTAL (personas)</b>						<b>77</b>

**Muestra para entrevistas semiestructuradas con informantes canales regionales y locales -  
participantes activos-**

MACROZONA	N° ENTREVISTAS
NORTE	2
CENTRO	2
SUR	2
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>

**Muestra para entrevista semiestructurada a audiencia de canales regionales y locales.**

MACROZONA	N° ENTREVISTAS
NORTE	5
CENTRO	1
SUR	9
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>

## RESULTADOS

En el presente capítulo se entregan los resultados del análisis cualitativo de la información en relación a las percepciones de las audiencias entrevistadas.

El informe parte detallando los atributos positivos que se encontraron en la investigación. Esto se debe a que, según datos de la 8va Encuesta Nacional de Televisión, las opiniones sobre la televisión regional y local son mayoritariamente positivas, superando incluso a la televisión abierta nacional.

Luego se presentan las demandas no satisfechas y otras opiniones críticas sobre la televisión local y regional y las percepciones de las audiencias sobre la televisión municipal, como caso específico de la oferta local.

Finalmente se presenta un capítulo dedicado al tema específico de los canales municipales. Para esto se usaron algunas opiniones de representantes de canales municipales como complemento a las visiones de la audiencia.

### ATRIBUTOS POSITIVOS DE LA TV LOCAL/REGIONAL

#### Canales con diversidad de funciones

De acuerdo a la información recogida a lo largo del estudio, las audiencias identifican distintas funciones para la televisión regional y local, diversidad que se relaciona con la heterogeneidad de contenidos de este tipo de canales. En efecto, según lo describen los y las participantes, haciendo mención a la emisión de programas culturales, científicos, musicales, religiosos, educativos, deportivos, entre otros.

*“Culturales más que nada” (Grupo focal, Lautaro).*

*“Noticieros, programas de cultura, segmentos deportivos” (Grupo focal, Temuco).*

*“Ahí muestran música de los ‘80, muy ‘entrete’ (...) Fútbol amateur también (...) Está la Escuela de Medicina (...) toda ese gente va [y aparece en televisión] (...) Cada canal tiene su identidad propia y se distingue... ya sabe que canal está viendo sólo con la escenografía y cómo se tratan los temas, que es muy diferente” (Grupo focal, Concepción).*

*“Es un canal cristiano, que hablan de Dios, hablan de la Biblia (...) hoy día vi una película” (Grupo focal, Quillota).*

*“Cada canal tiene su identidad propia y se distingue... ya sabe que canal está viendo sólo con la escenografía y cómo se tratan los temas, que es muy diferente” (Grupo focal, Concepción).*

## Reflejo de las comunidades

Además de las características y funciones que las audiencias asocian a la televisión regional y local, un importante elemento que es posible observar en las entrevistas dice relación con la participación de las comunidades regionales en los contenidos televisivos. Las personas de regiones buscan verse retratadas en pantalla, lo que además sirve como una motivación para ver contenidos locales.

Esta es una característica compartida en cierta medida con los canales comunitarios, aunque el alcance territorial de las comunidades involucradas es mayor en los canales regionales.

En este sentido, es relevante que este tipo de televisión ofrezca la posibilidad de que las comunidades aparezcan regularmente en pantalla. Las audiencias reconocen un interés en participar y ver dichos programas debido a la exhibición de actividades realizadas por personas de la misma comunidad y en sus lugares conocidos, lo que generaría un sentimiento de cercanía. Los canales regionales y locales contribuyen de esta forma a la visibilización de las comunidades, estimulando una percepción positiva sobre la representación de las personas en los medios de comunicación.

*“Hablan de tu región, de lo que sucede donde tú vives e igual a veces uno ve gente conocida o panoramas” (Grupo focal, Concepción).*

*“(...) cuando hemos actuado nosotros, a veces lo da el canal particular o a veces lo da la municipalidad, entonces uno por verse (sintoniza el canal regional o local)” (Grupo focal, Lautaro).*

*“Yo veía ‘Recreo’ porque bailaba una prima para sacarle el rollo” (Grupo focal, Los Ángeles).*

*“(...) además que muestran cuando nosotros bailamos y nos gusta vernos en televisión” (Entrevista en profundidad, Lautaro)*

*“Hicieron un reportaje (...) entonces todos están pendientes de la noticia donde va a salir un compañero, o va a salir un familiar. El otro día nosotros también salimos en ese canal y todos estamos pendientes de ver la noticia donde se iba a mostrar lo que nosotros hacíamos” (Grupo focal, Calama).*

Como consecuencia de estas características, las personas consideran que es posible estimular el vínculo entre niños, niñas y jóvenes con la televisión regional, en la medida en que puedan tener una participación en los contenidos televisivos.

*“Entonces, si proyecta más eso, yo creo que mucha más gente (verá la televisión local), incluso yo creo que a los jóvenes les gustaría para mostrar lo que ellos hacen. Hacer reportajes en los colegios. Si se mostrara eso en la televisión local, yo creo que los niños del colegio verían ese programa” (Grupo focal, Calama).*

### **Contribución a la identidad local: cultura, servicios e información**

Muy relacionado con lo anterior, la representación en la pantalla de su propia realidad constituye un aporte al fortalecimiento de la identidad local.

Las audiencias valoran la transmisión de hitos relevantes para los lugares que habitan, tales como fiestas, historias de vida de personajes de la zona, entre otros hechos culturales.

*“Presentaciones que han hechos los conjuntos o competencia de cuecas, que están grabadas, entonces las muestran. Competencias locales, regionales, comunales y las van mostrando e inician el programa con folclor” (Grupo focal, Lautaro).*

*“Claro, hacen reportajes de las personas importantes de Lautaro” (Grupo focal, Lautaro).*

*“Aniversarios y cosas que van pasando en la región” (Grupo focal, Temuco).*

*“Creo que busca más información de lo que sucede en la zona, de lo que sucede con los estudiantes (...) qué opinan nuestros representantes de acá de la zona. O sea, le interesa a la gente que haya personas de su misma identidad...” (Grupo focal, Concepción).*

El impacto de la televisión regional y local en la construcción de identidad se relaciona además con su carácter informativo y de servicio. En ese sentido, las personas entrevistadas consideran pertinente que la televisión regional y local muestre

contenidos relevantes para la construcción de la identidad local, en tanto muchos habitantes de regiones los desconocerían.

*“Cuando llego en la tarde -porque trabajo todos los días-, estaban dando la Fiesta de la Tirana, hay niños que no saben de eso entonces igual es bueno” (Grupo focal, Iquique).*

Asimismo, valoran la información local, mencionando que las personas de regiones buscan este tipo de información, no sólo en cuanto a las noticias sino también sobre los recursos y servicios disponibles en la localidad, como por ejemplo la oferta de actividades recreativas.

*“Uno busca lo que está pasando en la región y en el país. También para informarse de los panoramas que hay dentro de la ciudad para salir el fin de semana” (Grupo focal, Temuco).*

*“Dan noticias más cercanas a uno, que son de más interés y que le afectan directamente a uno, por eso más que nada uno lo ve, para informarse de algo más cercano” (Entrevista en profundidad, Pucón).*

Además, en el ámbito de lo estrictamente informativo, las personas entrevistadas opinan que los canales regionales y locales dan cobertura a las noticias que afectan a la localidad de forma más rápida e inmediata, lo que sería necesario particularmente en situaciones de emergencia.

*“(…) sacan señal sobre todo al medio día en directo de los lugares. O bien una lluvia o están inundadas las casas, tú lo ves. A través de las redes nacionales no tienen idea que avenida Alemania está inundada” (Grupo focal, Temuco).*

*“Sí, son muy necesarios porque la televisión nacional no brinda la inmediatez de la información que brinda un canal regional... lo que pasó hace poco en San Pedro de la Paz con este personaje que andaba manejando el camión y se fue para el lado (...) aquí se supo el mismo día y en la televisión se mostró como al tercer día o cuarto” (Grupo focal Concepción).*

## **Contribución a la desmitificación de lo negativo**

La audiencia de canales regionales y locales piensa que es importante mostrar los aspectos positivos de la zona, desmontando posibles creencias negativas y erróneas respecto de las regiones y localidades existentes a nivel país y reproducidas por la televisión, especialmente la nacional.

*“(...) aquí en Calama se muestra lo feo pero no se muestra lo bonito: lo que hacen las instituciones, lo que hace la gente que quiere trabajar por Calama, las juntas de vecinos que hacen cosas muy bonitas, lo que hacen las mineras, cuando uno presenta proyectos y uno se gana los proyectos y nadie sabe” (Grupo focal, Calama).*

Es relevante destacar que – en diferentes grupos focales – se hizo mención a la existencia de creencias negativas hacia las regiones del país, prejuicios que no aportarían al desarrollo general y que la televisión local y regional por tanto podría ayudar a erradicar.

*“La gente de fuera todo lo asocia a los mapuches, entonces también hay que mostrar la belleza que tiene Temuco y sus alrededores” (Grupo focal, Temuco).*

*“(...) claro, uno va a otros lados y dice que es de Los Ángeles y dicen ‘oh, pero si su ciudad es súper ‘fome’ (aburrida)’. Entonces que un programa te diga que puedes salir para acá o para allá sería entretenido. Que se expongan las cosas buenas, las atracciones turísticas; porque hay unas súper lindas...” (Grupo focal, Los Ángeles)*

*“(...) nos ven como provincianos, como personas que no tienen mucha educación con respecto a la parte urbana. Calama es feo, como dijo el ‘Yerko Puchento’<sup>6</sup>. Entonces con esa imagen, ¿quién va a querer visitar Calama?” (Grupo focal, Calama).*

Por otra parte, expresan que los canales regionales y locales pueden difundir las necesidades de los/as habitantes de las zonas en las que transmiten, facilitando la recepción de ayuda o apoyo por parte de éstos/as.

*“Yo creo que informativo, cultural y a la vez de ayuda a la comunidad, por ejemplo el canal, el particular cuando hay un incendio o que se yo... enseguida se pide ayuda por el canal...deberían ser canales de servicio a la comunidad” (Grupo focal, Lautaro).*

*“Si, programas de servicio, porque eso no se ve y hay tanta gente que vive solita y que necesita ayuda” (Entrevista en profundidad, Lautaro).*

## **Aporte al desarrollo económico local**

De manera similar al apartado anterior, las personas piensan que los canales regionales y locales aportan al desarrollo económico de sus ciudades o localidades en diversos sentidos. En primer lugar, expresan que mostrar las ciudades, lugares

---

<sup>6</sup> Personaje cómico de un programa de TV de un canal de alcance nacional que hizo reír a su público en Santiago, aludiendo a que la ciudad de Calama era fea.

naturales, costumbres y gastronomía local – a través de la pantalla – puede potenciar el turismo. En este sentido, la colaboración de los gobiernos locales, como por ejemplo los municipios, puede ser un elemento clave para este estímulo al desarrollo.

*“Por eso todos se van a vacacionar a otros lados. Hay hartas cosas. Alto Biobío es muy bonito y hartas cosas que la gente no sabe que están ...pero sabe que hay otras cosas como Pucón, Viña del Mar; y la gente sabe porque lo ha visto en la tele, el Festival de Viña promociona su misma ciudad ...pero aquí no saben, entonces se puede informar...” (Grupo focal, Los Ángeles).*

*“Por ejemplo, los puede encontrar en una ‘picada’ de una señora que cocina todo en horno de barro allá en Penco (...) y ha ido allá y nadie conoce ese local, y es un local súper bueno, la comida es súper rica (...) es una ‘picada’ como para ir. El programa ha llegado a ese lugar” (Grupo focal, Concepción).*

*“Podrían mostrar más zonas turísticas. También alternar con esas fiestas costumbristas” (Grupo focal, Puerto Montt).*

## Espacio de desarrollo laboral para talentos jóvenes

Además, estos canales son comprendidos por la audiencia como un espacio laboral para profesionales del ámbito audiovisual que actualmente deben emigrar de sus localidades por la falta de oportunidades laborales.

*“La ‘pega’ (trabajo) de comunicador audiovisual y todo ese tema. Muchos chicos estudian eso y hay poco campo (...) tienen que salir de Concepción (...)” (Grupo focal, Concepción).*

*“Aquí incluso, en Calama, hay muchos profesionales, muchos profesionales. Por ejemplo en periodismo, ¿en qué trabajan, en dónde trabajan? (...) El rol también es generar espacios para los profesionales que van saliendo de las universidades: un buen diseñador, yo creo que un diseñador de Calama haría una cosa fabulosa en la imagen del canal” (Grupo focal, Calama).*

## Una buena alternativa a la TV abierta nacional

Contar con información sobre las localidades no sólo es una motivación para verlos, tal como se mencionó anteriormente. Es también, en muchos casos, la función principal que le atribuye el público a este tipo de medios de comunicación. De este modo se realiza un contrapeso a la presencia preponderante de la capital en la

agenda de los medios de comunicación nacionales, constituyendo una alternativa al centralismo.

*“Yo creo que se asume la estructura de los canales, que tiene que ver con que la función que cumplen es mucho más informativa que de entretenimiento... de hecho todos los programas tienen algo de informativo en realidad” (Grupo focal Concepción).*

*“Son positivos en relación a otros canales porque transmiten las noticias nuestras. Para mí es la única diferencia que hay” (Grupo focal Puerto Montt).*

*“Yo creo que las noticias son lo más importantes, las noticias de la región, decir qué está pasando con las tomas, con el gabinete, lo diputados. Son necesarias porque contextualizan, informan. Si las eliminan me molestaría y estaría ‘hinchando’ para que dieran” (Grupo focal Antofagasta).*

*“Bueno, para estar informados del acontecer tanto regional como nacional porque hay muchas cosas que los canales a nivel nacional en las noticias... no se dan, y se dan solamente en canales locales o comunales. Hay noticias que en Santiago no saben que están pasando acá en el sur” (Grupo focal Lautaro).*

*“...si uno pone los nacionales te entregan más información de Santiago y cosas así, en cambio estos canales te dan más información del pueblo o de Villarrica de repente” (Entrevista en profundidad, Pucón).*

Sin embargo, en algunos casos la crítica al centralismo en la información de la televisión abierta nacional se extiende también a los canales regionales.

Algunos sectores de su audiencia manifiestan que la información emitida por éstos tiende a concentrarse en la realidad de las capitales regionales, mientras las actividades y sucesos de zonas más lejanas o de pequeñas localidades no son cubiertas. Al respecto, exponen que es importante que los contenidos de los canales regionales incorporen aquellas zonas excluidas de la pantalla, afirmando que existen elementos interesantes para la audiencia en dichas zonas.

*“Deberían ir a los lugares más extremos que tiene la región, como zonas fronterizas que tampoco muestran” (Grupo focal Temuco).*

*“(...) que mostraran más caras del lugar, que pudiéramos disfrutar de cierto modo cada espacio que hay en la región, ya que hay muchos lugares bonitos y hay mucha gente que no los conoce porque no puede salir, porque trabaja toda la semana. Hay un montón de playas lindas” (Grupo focal Concepción).*

*“La parte insular está llena de folclor, y eso realmente no está en el canal regional y debería estar. Debería fomentar más toda esa parte, digamos, lo que es el folclor, la idiosincrasia del sector, de la localidad” (Entrevista en profundidad, Puerto Montt).*

*“Ojalá incluyeran noticias de Alto Hospicio, de esos lados” (Entrevista en profundidad, Iquique).*

Para la audiencia, la existencia de canales regionales y locales es una alternativa real ante la oferta televisiva de alcance nacional, pues existe una crítica consolidada a los contenidos de la televisión abierta nacional, por considerarse excesivamente negativos y que pueden afectar el bienestar emocional del público. Además, se critica lo que se percibe como un exceso de contenidos superficiales.

*“Claro. Una persona, qué se yo, hizo una cosa bonita, no la tocan, eso se olvida. Pero un delincuente, un robo, un asalto, sale, lo repiten y vuelven a repetir. Entonces uno al final termina enfermo viendo las noticias porque se trauma” (Grupo focal, Lautaro).*

*“(Afecta) que muestren ‘portonazos’<sup>7</sup>, o que matan gente de un balazo” (Grupo focal, Quillota).*

*“Los canales nacionales tienen dos extremos: uno que tiene mucho foco en el tema delictual, uno se va como ‘canasto de guatita’ a trabajar (temblando de susto); y el otro, que se ha “farandulizado” al extremo” (Grupo focal, Calama).*

*“(…) usted ve un canal nacional y hay pura farándula, peleas, que se critican (...) para eso tiene a la ciudad, para escuchar problemas. Ya no pongo nacional porque es pura pelea, no entregan nada positivo...” (Grupo focal, Iquique).*

*“Yo creo que eso pasa con los noticieros. Aparte de la gravedad con que presentan la información, uno termina hastiado de ver tanta noticia que asusta (...) da la impresión de que uno va a salir a la calle y a uno lo van a matar (...)” (Grupo focal, audiencia potencial Concepción).*

Asimismo, la audiencia plantea que existe una importante influencia de las empresas que financian la publicidad en la línea editorial de los canales nacionales y que ésta se encuentra excesivamente determinada por el *rating*. Este vínculo percibido por el público entre canales de televisión nacionales y los (grandes) agentes económicos

---

<sup>7</sup> Robos de autos a la entrada de los domicilios.

produce una desconfianza respecto de la objetividad y veracidad de los contenidos televisivos, particularmente los informativos.

*“Que están comprados, influenciados mucho por las empresas que los mantienen”  
(Grupo focal Los Ángeles).*

*“Rating, ellos tiran cualquier ‘cabeza de pescado’<sup>8</sup> porque hay que vender (...) No dicen la verdad” (Grupo focal, Quillota).*

*“No veo las noticias de los canales nacionales porque son todos unos mentirosos, prefiero leer el diario” (Grupo focal Puerto Montt).*

En este sentido, algunos medios nacionales serían “mentirosos” al vincularse a intereses alejados de las comunidades mismas. Esto podría entenderse como que, al estar más cerca de sus comunidades, los canales locales o regionales deben estar más atentos a su público debido a su cercanía.

---

<sup>8</sup> Información irrelevante o superficial.

## DEMANDAS NO SATISFECHAS DE LA TV LOCAL / REGIONAL

### Mejorar el acceso a canales regionales y locales

Una importante demanda tiene relación con incrementar las posibilidades de acceso por parte de las audiencias a los canales regionales y locales, a través de la televisión abierta. Las audiencias quieren ver estos canales. Así, en diversos casos se menciona que este tipo de canales sólo se pueden ver a través de la televisión de servicios de cable, específicamente VTR y otros operadores locales de cable.

*“No tendríamos que estar pagando para ver un canal de la comuna” (Grupo focal, Lautaro).*

*“En cualquier parte que uno no tenga cable va a ser un ‘cacho’ (problema) ver televisión, sea nacional o regional, lo que sea” (Grupo focal, Concepción).*

*“Si uno no tiene cable, se ve mal” (Grupo focal, Quillota).*

*“Yo creo que en Calama todo el mundo tiene cable, porque si no, casi no se ven los canales. Uno sin cable no tiene televisión en Calama: es mala la señal;... Los canales locales están en VTR, no están en Movistar ni en Entel... Entonces aquí el que no tiene VTR no ve no más” (Grupo focal Calama).*

*“Está orientado a un sector económico que pueda pagar el cable, digamos. Esa es la traba que tienen los locales” (Grupo focal Puerto Montt).*

### Incrementar la programación infantil

Junto con lo anterior, las audiencias critican en los canales regionales y locales la carencia de programación dirigida a niñas y niños, problema que también identifican en los canales nacionales. Como excepción, se menciona la programación cultural y educativa del CNTV –Novasur- la que se transmite por canales regionales y locales, tanto abiertos como de pago.

*“(...) el que tiene menos recursos no puede ver monos animados, eso está totalmente mal” (Grupo focal, Iquique).*

*“No hay nada atractivo para los ‘cabros’ (niñas y niños)” (Grupo focal, Puerto Montt).*

*“(...) en el canal regional transmiten un programa de Novasur que básicamente hace programas educativos. Todos relacionados con educación” (Grupo focal Concepción).*

*“Yo pondría más programas educativos e infantiles para que los niños se interesa más por los canales regionales” (Grupo focal Concepción).*

Sin embargo, tanto quienes son audiencia de canales regionales y locales como quienes no, coinciden en que sus contenidos son principalmente dirigidos a personas mayores, siendo ellas las que más consumen estos canales.

*“A la gente mayor (está dirigida la programación de los canales regionales y locales)” (Grupo focal Quillota)*

*“Los niños y jóvenes no tienen idea de que existen canales regionales. Yo creo que si vas a preguntarles a los niños no tienen idea de que existen canales regionales. Te van a nombrar todos lo demás menos los regionales” (Grupo focal, Puerto Montt).*

*“Yo creo que para el adulto mayor” (Grupo focal audiencia potencial, Valparaíso).*

*“Buena pregunta, yo creo que a gente mayor, muy mayor, setenta. Creo que eso es, un poco, por las mismas opiniones, que quienes participan en los programas es gente mayor” (Entrevista en profundidad, Antofagasta).*

*“Por lo menos uno que es adulto mayor se entretiene con eso” (Entrevista en profundidad, Lautaro).*

En correspondencia con lo anterior, plantean que sus programas no son atractivos para la audiencia infantil y juvenil, quienes preferirían ver contenidos audiovisuales a través de Internet.

*“(…) aquí hay hartas cosas que no se dan a conocer como campeonatos, campeonatos de skate... pero aquí no los muestran... Y en realidad es súper interesante porque llama la atención de los jóvenes, pero quedan en el limbo” (Grupo focal, Los Ángeles).*

*“Claro, exactamente, que sean más aptos para jóvenes y que sean más llamativos, que tengan algo especial, como un plus que pueda llamar a que ellos vean el canal” (Entrevista en profundidad, Temuco).*

*“Ahora los jóvenes no ven tele señorita, con este famoso teléfono. Yo tengo nietos, y he estado viendo programas y mis nietos están metidos en el Facebook” (Entrevista en profundidad, Quillota).*

## Evitar la repetición de contenidos

Existe una crítica hacia la repetición de contenidos de los canales regionales y locales. Esto se debería –de acuerdo a las audiencias- a las dificultades que enfrentan estos canales para producir regularmente contenidos. La repetición es mencionada por las audiencias como un motivo para disminuir el consumo de estos canales o no verlos.

*“Claro, repiten. Graban y vuelven a mostrar varios días lo mismo” (Grupo focal, Lautaro).*

*“Los locales sí, es pura repetición de la semana, lo repiten una y otra vez...” (Grupo focal, Los Ángeles).*

*“Hay noticias, vi las noticias, terminaron las noticias y al rato volvieron a pasar lo mismo, repetidas de todas las semanas y empezaron de nuevo, empezaron las noticias de nuevo en la tarde” (Grupo focal, Calama).*

*“(...) por lo que entiendo, por lo que he escuchado, siempre dan repeticiones de toda la programación, no hay nada nuevo” (Grupo focal audiencia potencial, Concepción).*

*“Porque en general es muy repetitivo. No elaboran contenido de manera muy seria y por lo tanto lo siguen repitiendo” (Entrevista en profundidad, Antofagasta).*

## Mejorar la entretención

Otro motivo de insatisfacción es que consideran que la programación es, en algunos casos, poco entretenida, porque se recurre a contenidos antiguos o por falta de formatos que capten la atención del televidente.

*“Quieren entretener, pero no entretienen” (Entrevista en profundidad, Los Ángeles).*

*“Más programas en vivo porque pasan películas del ‘año del cuete’ (antiguas)” (Entrevista en profundidad, Iquique).*

*“...de repente podrían actualizar. O sea, si van a dar una película, si van a dar un video de música, que sea más actual a lo que uno puede ver a través de internet que es del artista que uno prefiere; y no como estos canales que siguen repitiendo un artista y una película que ya llevan años...” (Grupo focal, Temuco).*

Por otro lado, quienes no ven canales regionales y locales buscan ver otro tipo de contenidos que no encuentran en la parrilla programática de dichos canales, mencionando series y películas extranjeras. Así, expresan que su consumo audiovisual se centra en plataformas de Internet, televisión de pago y, en algunos casos, televisión abierta nacional.

*“Yo prefiero internacional, ya sean películas, ese tipo de cosas (...) El cable tiene más alternativas (...) Yo veo mucho canal por YouTube, nacionales e internacionales. Por ejemplo, hace poquito vi Rock in Río completo, como tres días, lo estuve viendo online” (Grupo focal audiencia potencial, Concepción).*

*“(Prefiero ver televisión de alcance nacional) por las teleseries turcas, las comedias” (Grupo focal audiencia potencial, Valparaíso).*

## Financiamiento de la Televisión Regional y Local

En el tema del financiamiento de los canales regionales y locales, existen posturas divergentes entre las audiencias respecto de qué entidades deben apoyar estas iniciativas.

*“Que fueran más potenciados por las mismas empresas que tiene la región, que las mismas empresas aportaran y ayudaran a que el canal pudiera crecer y ampliarse, e ir a otros sectores más extremos” (Grupo focal, Temuco).*

*“Con más auspiciadores habría más sintonía. Tendrían más, porque tendría cobertura el programa” (Grupo focal, Calama).*

*“Si igual falta un poco en ese sentido, porque se nota que les falta publicidad, y tras la publicidad obviamente tiene que haber plata de fondo” (Entrevista en profundidad, Los Ángeles).*

En general no se duda en afirmar que se requiere mayor financiamiento privado, y algunas personas mencionan asimismo, fondos públicos.

*“Podría haber fondos nacionales. Que les den más fondos económicos para que ellos surjan” (Grupo focal, Puerto Montt).*

El tema del financiamiento público es más controvertido en algunos grupos. Se menciona por ejemplo que, el recibir financiación pública podría comprometer la

libertad editorial o el pluralismo en los canales. Esto se verá en el caso específico de los canales municipales

## OTROS PUNTOS DE DEBATE: CANALES MUNICIPALES

Más allá de las fortalezas, debilidades o demandas hacia la televisión regional y local, surgen en los grupos, otras discusiones. Uno de estos debates es sobre los canales de las municipalidades y la deseabilidad de su existencia, discusión que cobró importancia luego de que se eliminara la disposición de la Ley N° 20.750 que prohibía que las municipalidades tuviesen un canal.

Otro debate es sobre cómo debiera financiarse la oferta televisiva regional y local, debido a que muchas de las falencias que se perciben en la programación de estos canales, se atribuyen a su falta de presupuesto.

### Canales municipales y servicio público

Los canales municipales estudiados se definen a sí mismos a partir del servicio a la comunidad y son también percibidos así por las audiencias. Su énfasis estaría puesto en potenciar el desarrollo local, difundir las manifestaciones culturales locales y apoyar a sectores desaventajados.

*“Yo creo que este canal ha potenciado mucho a Iquique, yo creo que nunca he escuchado en ningún canal de otro lado que potencie tanto a Iquique, que tratemos de sacarlo para arriba” (Grupo focal, Iquique)*

*“Es un canal pluralista en primer lugar, regionalista, objetivo y que tiene el desarrollo cultural como su preocupación” (Entrevista con representante de canal, Iquique).*

*“A las personas de clase baja, a ellos están dirigidos, porque normalmente están pidiendo ayuda para la gente que necesita, qué sé yo, por distintas razones, entonces es más dirigido a ellos” (Entrevista en profundidad, Lautaro).*

*“(…) básicamente el objetivo es transmitir contenidos educativos a una población diversa que tiene acceso al canal de cable, porque se transmite a través del cable. La verdad es que nosotros tratamos de cumplir ese objetivo; que sea un canal educativo e informativo básicamente” (Entrevista con representante de canal, Lautaro).*

Se destaca especialmente de los canales municipales su vocación cultural. Esta vocación es declarada desde los mismos canales y también es reconocida por los entrevistados que son audiencia de dichos medios.

*“Cuando llego en la tarde estaban dando La Tirana, hay niños que no saben de eso, entonces igual es bueno” (Grupo focal, Iquique)*

*“Aparte informativo también, porque por ejemplo el canal municipal, ese es cultural, porque informa todo lo que hacen los colegios, en las instituciones” (Grupo focal, Lautaro).*

## Difusión de la gestión municipal

Asociado con lo anterior, se identifica como característica de los municipales en las entrevistas la tendencia a resaltar los resultados y avances de la gestión de los municipios que los administran. Se destaca la cobertura a temas relacionados con educación, salud, infraestructura y otros.

*“De la inauguración de colegios, de la inauguración de puentes, de todas las actividades municipales, o sea, en el fondo lo que realiza la municipalidad” (Grupo focal, Lautaro)*

Este tipo de contenidos, que pueden entenderse como una forma de servicio público, conllevan sin embargo el riesgo de que el canal municipal sea percibido como un medio poco equilibrado políticamente. Es el caso específico del canal de la municipalidad de Iquique:

*“Se ha hecho programática de política. Es muy politizado, lo ponen a la pinta del color político...” (Grupo focal, Iquique)*

*“Yo creo que los [canales] nacionales apuntan a todos, pero el RTC está hecho para los ‘Soristas’ y el otro para los ‘no Soristas’...” (Entrevista en profundidad, Iquique)*

A pesar de lo anterior, también surgen opiniones menos escépticas sobre el rol que puede cumplir un canal municipal. Así como en algunos casos se miran a los canales como herramienta para promover éxitos de gestión municipal, en otros se les ven como potenciadores del desarrollo local.

*“Yo creo que este canal ha potenciado mucho a Iquique, yo creo que nunca he escuchado en ningún canal de otro lado que potencie tanto a Iquique, que tratemos de sacarlo para arriba” (Grupo focal, Iquique).*

---

<sup>9</sup> Seguidores de un Alcalde de la ciudad muy conocido, de apellido Soria, con lo cual sus seguidores serían ‘Soristas’ según esta cita, y sus detractores ‘No Soristas’.

## Nuevamente las críticas a la calidad

Un comentario sobre los canales municipales que se reitera en las opiniones sobre sus símiles locales y regionales es que los la calidad técnica –y en algunos casos, profesional- es deficiente, y que los contenidos son muchas veces repetitivos o muy antiguos.

*“Yo creo que no tiene ese impacto visual que tienen los otros canales porque, como dices tú, no es tan vistoso, la señal no es tan vistosa...” (Grupo focal, Calama).*

*“(...) la mayoría no son periodistas profesionales. Entonces ahí hay una falta de profesionales en el área porque los periodistas son los mismos dueños de los canales, y no tienen capacidad económica... Acá van con un teléfono a filmar” (Grupo focal, Puerto Montt).*

*“... no lo veo porque están dando películas mexicanas pero del año... que no los ve nadie, ‘Mary Poppins’, esas cosas que no las ve nadie. El RTC es antiguo, se están quedando en el pasado”. (Entrevista en profundidad, Iquique).*

Al igual que los canales locales y regionales, la falta de recursos es la razón que se aduce ante sus carencias en la calidad profesional y de producción.

*“...yo creo que ambos, quizás un tema de recursos o que la gente que trabaja es muy anticuada” (Grupo focal, Los Ángeles).*

*“(...) yo creo que faltan recursos para poder hacer más todavía y llamar la atención a los jóvenes y los niños” (Grupo focal, Concepción).*

*“Pasa que eso ocurre por el tema de los recursos. Porque eso forma parte un poco (...) los sábados y domingo hacen un condensado, por eso se hacen unos bloques repetitivos (...) sería lo ideal que esas noticias en desarrollo fuesen mostrándose al instante. Pero hay una cuestión de monedas de por medio” (Grupo focal, Calama).*

Algunas personas critican el que funcionen con estudios de grabación precarios y cuenten con una baja formación en reportaje y animación.

*“Hablan bajito, la entonación. Igual el lenguaje que tienen los que hacen las noticias: se les traba la lengua, vocalizan súper mal” (Grupo focal, Antofagasta).*

*“Justo lo estaba viendo. Estaban hablando del muelle y parece que estaba mala la cámara, y parecía que enfocaban a un sólo tipo, y tenía una pura cámara y no tenía ángulo. Se veía bastante feo y precario” (Grupo focal, Iquique).*

*“(No lo veo porque) se ve mal ese canal. Porque tengo cable y se ve mal” (Grupo focal audiencia potencial, Valparaíso).*

Así, la figura de los gobiernos locales que cuentan con un medio televisivo es compleja, toda vez que se valora en su función de dar a conocer las iniciativas y programas municipales, pero también se visualiza como una posible fuente de sesgos.

*“Es que el canal está politizado. Muestra las cosas que hace la municipalidad: pintando pasos de cebra, cómo riegan las plantas” (Grupo focal, Iquique).*

*“... el municipal es más municipal (...) Es para mostrar su programa, sus actividades, todo lo que hacen ellos (...) de inauguración de colegios, de inauguración de puentes, de todas las actividades municipales O sea, en el fondo todo lo que realiza la municipalidad” (Grupo focal, Lautaro).*

Por esta misma razón, tal vez iría en beneficio del éxito de un canal municipal el dotarse a sí mismo de mecanismos que le permitan mejorar la percepción de las audiencias sobre su capacidad de representar la diversidad de expresiones locales.

## DISCUSIÓN

La revisión de algunos resultados de la 8va Encuesta Nacional de Televisión (CNTV, 2014), presentados al principio de este informe, revela que la valoración por parte de las audiencias de los canales regionales y locales es alta. Lo que esta investigación añade a lo que ya conocemos, es una profundización en las razones para esa evaluación.

**1.** La principal razón para la opinión positiva, como muestra este informe, es que los contenidos locales logran reflejar e identificar a los públicos de sus zonas de cobertura.

Las comunidades logran verse a sí mismas en estos canales: sus costumbres, sus actividades y las características de su región.

La investigadora María Luisa Méndez (2009), citando a Paasi, distingue entre identidad de la región e identidad regional. La *identidad de la región* está formada por la naturaleza, cultura, paisaje y habitantes. La *identidad regional* o conciencia regional, en cambio:

*“(...) la conciencia regional y por la pregunta por dónde pertenezco es fundamental para establecer el vínculo entre los individuos y sus territorios, sus sueños, destinos, derechos y deberes respecto de aquel. (...) se referiría al proceso por medio del cual los habitantes de una región se hacen parte activa y/o interesada en los procesos de desarrollo social, económico, político y cultural de una región.” (Méndez, 2009: 2)*

Así, los canales regionales y locales podrían estar contribuyendo positivamente a procesos de identificación regional o de formación de una conciencia regional.

**2.** Un segundo hallazgo, es que la exhibición televisiva de realidades locales contribuye además a entregar una imagen más completa –y menos sesgada- de los lugares donde las personas habitan.

Esto es muy importante puesto que en muchos casos las personas de estos lugares perciben que los canales abiertos de alcance nacional reproducen creencias negativas sobre las regiones/localidades, con estereotipos que los menoscaban.

Esta situación –de acuerdo a su teleaudiencia- tiene como efecto que actividades como el turismo y el desarrollo local se vean impactadas negativamente. De ahí que

el aporte del canal regional y local, sea justamente, el fomentar las potencialidades locales en todo sentido, para impulsar aquellas áreas del mundo de la cultura, la recreación o del sector económico, que aporten al bien común, retratando aquello que le ofrece valor a la región.

Las audiencias también reconocen que estos esfuerzos se llevan a cabo con recursos escasos, tanto financieros como profesionales.

**3.** Un hallazgo relacionado con lo anterior es la positiva opinión que el público de estos canales tiene de los noticiarios y otros contenidos informativos locales.

Una de las críticas que se hace a la televisión abierta nacional, tiene que ver con su función informativa: el público estudiado critica, por ejemplo, el foco de los noticiarios en lo delictual y el excesivo centralismo de estas emisiones.

El énfasis en lo que se ha llamado ‘la crónica roja’, se califica como perjudicial para el bienestar psicológico de quien ve televisión. Por otro lado, la tendencia a informar sobre “modas delictuales” en la capital -ej.: los ‘portonazos’- descuida el hecho de que suelen corresponder a situaciones exclusivamente santiaguinas.

El noticiario de los canales locales y regionales, por el contrario, se valora justamente por llenar ese vacío, por introducir los temas de interés local y por representar a las personas de la comunidad.

Cabe señalar en este punto que, la crítica al centralismo noticioso de los canales de alcance nacional, se repite en distintas escalas. Así, en las comunidades más pequeñas y aisladas, surge una crítica hacia los canales regionales, por prestar atención preferente a las capitales regionales y a las grandes ciudades, y no a las localidades más pequeñas y lejanas de la capital regional.

**4.** Un tema nuevo abordado en este estudio, es el del financiamiento de este tipo de iniciativas. Son proclives a la idea de un mayor esfuerzo de los privados para que inviertan en los canales regionales y locales. Se denota que las personas confían en que las empresas de la región y localidades pueden generar los recursos suficientes para una televisión propia. El público echa de menos un mayor apoyo en este sentido.

Por otra parte, esta teleaudiencia confía más en los empresarios de la zona que en los grandes grupos económicos que sustentan muchas veces la televisión de alcance nacional, a los que son más críticos, suponiendo que pueden restarles independencia editorial a esos canales.

Resulta interesante que el ciudadano corriente advierta de forma clara los riesgos que trae para la independencia de un canal la fuente de financiamiento que escoja. Estos riesgos son los mismos que se señalan tanto en la literatura académica como en los informes de organismos especializados en el tema.

A nivel local, se percibe que la gestión comercial no sería tan descarnada en busca del rating y que además tampoco influiría en los contenidos de la programación.

Parte de la teleaudiencia propone también, recurrir a fondos públicos para ayudar al desarrollo de los canales a nivel local.

**5.** Existen también críticas y demandas hacia los canales locales y regionales. Entre los hallazgos más críticos, surge la calidad de las transmisiones, la producción y el nivel profesional al interior de los canales locales siendo estos aspectos los que parecen estar al debe.

Las personas en este estudio asocian la baja calidad de la producción de estos canales, a la escasez de recursos económicos. De ahí que se perciba que existe mucha repetición de contenidos, oferta de programas –en particular películas- lo que se manifiesta en la antigüedad, precariedad en la producción y calidad técnica.

**6.** También, se advirtieron demandas. Hay expectativas no satisfechas, principalmente en relación a los públicos infantiles y juveniles.

Aunque en el caso de los programas infantiles, las audiencias proponen recurrir a alternativas “envasadas”, por ejemplo, a través de la compra de programas para niños, cuando aluden a la programación juvenil, demandan más bien una mayor participación de los adolescentes y jóvenes en las pantallas locales. Se propone la transmisión de competencias –baile, canto-, torneos deportivos, o mostrar actividades recreativas típicas de estos segmentos, tales como ‘skate’ u otras en las que se puedan ver reflejados en la pantalla.

**7.** Los canales municipales son vistos, fundamentalmente, como herramientas de servicio a la comuna, dedicados a difundir información y actividades culturales, educativas y recreativas de la municipalidad y otros planes y servicios de su gestión.

Hay, en general, una buena opinión sobre estas señales, especialmente porque se hacen cargo del nivel más cercano y local de las audiencias.

Como elemento de discordia frente a estas estaciones, apareció una crítica a la posible falta de pluralismo de sus contenidos y la sospecha de que estos canales se estén utilizando como herramienta de propaganda.

### **Palabras finales: políticas públicas y televisión local**

Desde el año 2015 en adelante el CNTV entrega un fondo de fomento a la producción audiovisual regional como una categoría, por un total de 264 millones de pesos<sup>10</sup>. Es la primera iniciativa formulada específicamente para entregar financiamiento a este tipo de proyectos, con miras a descentralizar la producción.

Este tipo de políticas públicas están en sintonía con la opinión de las personas, que son críticos al opinar sobre la estructura del sistema televisivo. Visualizan los grandes conglomerados y creen que se requieren iniciativas mixtas para poder visualizar una agenda vinculada con la región y que visibilice sus localidades. La propuesta de una ley que pone énfasis en un sistema televisivo que incorpora otras voces, requiere también de estrategias que articulen el mundo privado con el sector público.

Así y tal como se puede leer en las citas de este informe, la centralización de nuestro país es una realidad no sólo en el plano audiovisual sino en general. Y en el caso que nos ocupa, las regiones y localidades tienen dificultades para contar con capital humano, o retenerlo, evitando que emigre a la capital. El desafío de la política pública está justamente en apoyar estas capacidades locales.

---

<sup>10</sup> Alrededor de US\$ 400.000.

Por otro lado, el CNTV cuenta con una línea de trabajo que provee de contenidos infantiles, culturales y educativos a las señales regionales y locales. Estos contenidos son elaborados por Novasur<sup>11</sup>. Los resultados de este programa han sido bien evaluados, tanto por las audiencias como por los mismos canales y se transmiten por alrededor de 40 canales locales y regionales en abierto, lo cual es un apoyo a la calidad de los contenidos.

En relación con los canales municipales, el Consejo Nacional de Televisión, con los lineamientos de la ley 20.750 respecto del principio del pluralismo, está hoy especialmente atento a que éste no se vulnere en la programación, que es precisamente la duda de algunas audiencias.

**El desafío de ofertar una televisión de calidad en el contexto de la implementación de la televisión digital es un fuerte eje de desarrollo para potenciar las virtudes que advierten las audiencias en relación a los contenidos que en este tipo de televisoras se entregan.**

**Del mismo modo, una mayor y mejor oferta contribuye a visibilizar la diversidad geográfica del país y representar la diversidad de voces que componen la sociedad chilena. Los canales de televisión regional y local son una oportunidad para fortalecer el espacio público de los chilenos y chilenas.**

---

<sup>11</sup> Novasur es el nombre del programa en el que se producen y entregan contenidos culturales educativos infantiles. Este programa tiene un financiamiento anual y depende del Departamento de Programación de televisión cultural y educativa del Consejo Nacional de Televisión.

## Bibliografía

CNTV (2014) VIII Encuesta Nacional de Televisión. Disponible en: [http://www.cntv.cl/viii-encuesta-nacional-de-television-2014/prontus\\_cntv/2014-12-31/105056.html](http://www.cntv.cl/viii-encuesta-nacional-de-television-2014/prontus_cntv/2014-12-31/105056.html)

CNTV (2015) Catastro Nacional de Canales Regionales, Locales y Comunitarios 2015. Disponible en: [http://www.cntv.cl/prontus\\_cntv/site/artic/20150611/asocfile/20150611110650/canal\\_es\\_regionales\\_locales\\_y\\_comunitarios.pdf](http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20150611/asocfile/20150611110650/canal_es_regionales_locales_y_comunitarios.pdf)

Biblioteca del Congreso Nacional (2014) Ley núm. 20.750, permite la introducción de la televisión digital terrestre. Disponible en: <http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=1060307&r=1>

CIRCUM (2014) La importancia de los medios de comunicación de servicio público regionales. Disponible en: <http://www.circum-regional.eu/doc-download/cr-docs/1409-circum-regional-position-paper-20141204-espagnol/file>

Méndez, M.L. (2009) Procesos de descentralización e identidad regional: ¿cómo se perciben los habitantes de regiones y cómo perciben los procesos de desarrollo regional? Disponible en: [http://www.subdere.gov.cl/sites/default/noticiasold/articles-82941\\_recurso\\_2.pdf](http://www.subdere.gov.cl/sites/default/noticiasold/articles-82941_recurso_2.pdf)

Ramírez, M. La importancia de la televisión como espacio para la construcción de la sociedad: El caso de la radio y la televisión de Andalucía. Global Media Journal, vol. 4. México. Disponible en: <http://gmje.mty.itesm.mx/RamirezAlvarado.pdf>

Rincón, O. (1998) Políticas Culturales de Medios de Comunicación: Televisión cultural, regional y educativa. Disponible en: <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/3024/2330>

UNESCO (2012) Indicadores de calidad de las emisoras públicas - Evaluación contemporánea. Serie Debates CI. N°10.

Villagra, P. (2011): "La TV Popular en Chile" en N. Vinelli (ed.): *Comunicación y televisión popular*. Buenos Aires: Cooperativa gráfica El Río Suena. Págs., 117 - 128



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