

Programas del Fondo CNTV
Consumo de emisiones 2016

2017

CONTENIDOS

PRESENTACIÓN	3
METODOLOGÍA.....	4
I. RESEÑA HISTÓRICA	6
II. OFERTA DE PROGRAMAS DEL FONDO CNTV	10
III. CONSUMO DE PROGRAMAS DEL FONDO CNTV	13
IV. ANÁLISIS DE RATING.....	19
Programas emitidos en el año 2016 por canal	19
Consumo en públicos de interés: hogares con y sin TV pagada	24
Consumo en públicos de interés: audiencia infantil.....	25
V. REFLEXIONES FINALES	28
REFERENCIAS	30

PRESENTACIÓN

El siguiente informe ofrece una descripción de la oferta y el consumo de programas televisivos que fueron financiados a través del Fondo de Apoyo a Programas Culturales del Consejo Nacional de Televisión, CNTV, y exhibidos durante el año 2016.

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

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

El documento que se presenta a continuación se divide en cuatro partes: la primera incluye una reseña histórica del Fondo de Apoyo a Programas Culturales del CNTV; la segunda, contempla una caracterización de la oferta de contenidos relacionada con los espacios subsidiados por este Fondo y emitidos en 2016; la tercera sección contiene un análisis sobre el consumo de dichos programas; y el último apartado considera reflexiones respecto al rol del CNTV como entidad reguladora de la televisión.

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

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

METODOLOGÍA

Es de tipo cuantitativa y recopila información sistematizada sobre oferta y consumo de programas financiados por el Fondo de Apoyo a Programas Culturales del CNTV y emitidos en 2016. Se trabajó en torno a una muestra regular de la programación, que durante 2016 alcanzó un total de 54.592 horas.

Unidad de observación

Oferta programática y consumo televisivo de los siete canales de libre recepción y cobertura nacional: Telecanal; La Red; Corporación de Televisión de la Universidad Católica de Valparaíso, UCV-TV; Televisión Nacional de Chile, TVN; Mega; Chilevisión; y Canal 13.

Unidad de análisis

Tiempo total en horas de oferta programática -54.592 horas- y consumo televisivo - 835 horas anuales promedio por persona-.

Muestra

Los análisis se realizaron sobre una muestra de la programación. Ésta se construyó utilizando un patrón sistemático que permite asegurar la representación de todos los días de la semana -lunes a domingo-, de cada mes del año. Para el mes de enero la muestra se inicia el lunes 4 y el martes 5. Desde ahí en adelante se incluyeron días sucesivos a esta primera selección, con un salto de una semana, consecutivos entre sí: miércoles 13 y jueves 14; viernes 22 y sábado 23; domingo 31 y lunes 1 de febrero: etc.

La siguiente tabla muestra los días incluidos dentro de la muestra analizada.

Tabla N° 1. Días de la muestra analizada

ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
4	1	7	4	2	6	4	1	3	1	1	1
5	9	8	5	3	7	12	2	4	2	2	2
13	10	16	6	11	15	13	10	8	6	10	10
14	18	17	14	12	16	21	11	9	7	11	11
22	19	25	15	20	24	22	19	13	11	19	13
23	27	26	23	21	25	30	20	14	12	20	14
31	28	27	24	29	26	31	28	19	17	21	19

La televisión abierta emitió un total de 54.592 horas y la muestra abarcó 12.124 horas de programación. Si bien el muestreo no fue aleatorio, se puede calcular un margen de error para ser considerado como referencia de la precisión de los datos del informe. El error de muestreo para universos finitos está dado por la siguiente fórmula:

$$e = \alpha_c * \sqrt{\frac{0,5^2}{n} * \frac{N - n}{N - 1}}$$

Con un nivel de confianza de 95% y asumiendo varianza máxima, el error total de la muestra sería de **0,8%**.

Fuente de información

- Kantar IBOPE Media (People Meter / TV Data)
- Target: hogares (muestra: 648) y personas (muestra: 2.086 personas)

Variables analizadas

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

Tabla N° 2. Variables del estudio

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

I. RESEÑA HISTÓRICA

En términos de política pública, el programa denominado 'Fondo de Apoyo a Programas Culturales' fue creado en 1992 como un instrumento de fomento para la producción de programas de televisión. El Fondo CNTV no tiene fecha de término y el Estado le otorga anualmente, a través de la Ley de Presupuestos, los recursos necesarios para su realización. La Ley nº 18.838 y sus modificaciones exige que los recursos sean asignados por medio de un concurso público en el que pueden participar concesionarias de televisión de libre recepción y empresas productoras independientes. La selección final de los ganadores es realizada por el Honorable Consejo del CNTV, previa evaluación de un jurado especializado y de los profesionales del Departamento de Fomento Audiovisual del CNTV.

En su primera versión, en 1993, el Fondo entregó 35 millones para el financiamiento de 5 proyectos. Dicho monto se ha incrementado de manera progresiva en los últimos 24 años: según un informe elaborado por la Dirección de Presupuesto del Ministerio de Hacienda, en 2005 los recursos asignados alcanzaban los \$1.003 millones, con 18 proyectos premiados²; mientras que en 2010 –debido a los recursos destinados a la reconstrucción de las zonas devastadas por el terremoto del 27 de febrero de ese año- 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 y con motivo del centenario del nacimiento de Roberto Matta, se añadió el Premio Especial Matta para programas sobre la vida y obra del artista nacional.

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

De acuerdo a las bases del concurso público correspondientes a 2017, la asignación de recursos para el Fondo CNTV asciende a \$4.227.534.000, de los cuales al menos \$275.000.000 se destinarán al Concurso Fondo para Producción de Proyectos de Procedencia e Interés Comunitario.

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

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

En 2009 fue creado el Premio a la Excelencia, con el propósito de reconocer al programa ya emitido que mejor cumpla la misión y objetivos que el CNTV fomenta. En esa oportunidad, el ganador fue la serie *Los 80*³, realizada por Wood Producciones, dirigida por Boris Quercia y emitida por canal 13. En 2010 se incorporaron las categorías Telefilms⁴ y Telenovelas.

'Los 80', emitido por Canal 13



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

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

Un aspecto primordial, incluido en las bases del concurso, es que los responsables de los proyectos a los que se les asignan fondos tienen que garantizar la emisión del respectivo programa a través de un canal de cobertura nacional, regional o local,

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

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

según la naturaleza y objetivos de cada línea concursable; y un canal de cobertura nacional y el interés de uno extranjero para la categoría de Co-producción internacional⁵.

Conforme a lo indicado en las bases, preferentemente la primera emisión de un proyecto financiado por el Fondo CNTV deberá efectuarse a través de una concesionaria nacional de libre recepción⁶.

Proyectos premiados

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

A continuación, se presentan los espacios subsidiados por el Fondo CNTV y emitidos en 2016. El desglose considera los canales de televisión por los cuales se transmitieron, la fecha de estreno, y el día y horario de emisión:

Cuadro n° 1. Producciones Fondo CNTV estrenadas durante 2016

Programa	Canal	Fecha de estreno	Día de emisión	Horario de emisión
Los Tela	TVN	9 de abril de 2016	Sábado	18:00 hrs.
Cehacheí	TVN	16 de abril de 2016	Sábado	18:30 hrs
Horacios y los plasticines	TVN	23 de abril de 2016	Sábado	08:00 hrs.
Puerto Papel	TVN	23 de abril de 2016	Sábado	09:00 hrs.
Bala Loca	CHV	3 de julio de 2016	Domingo	22:20 hrs.
Lord Cochrane	UCV TV	14 de mayo de 2016	Sábado	19:00 hrs.
Desde el cielo azulado	La Red	8 de octubre de 2016	Sábado	20:00 hrs.
Vecinos del Volcán	TVN	22 de agosto de 2016	Domingo	18:00 hrs.
¿Qué pasó con mi curso?	TVN	12 de junio de 2016	Domingo	19:00 hrs.
Buscando al instrumento madre	La Red	8 de octubre de 2016	Sábado	20:30 hrs.

Es preciso indicar que existe un desfase de al menos un año entre la fecha de otorgamiento de los recursos a los proyectos ganadores y la fecha de emisión de los mismos por los canales de televisión abierta. Por ejemplo, en el caso de las producciones incluidas en el cuadro anterior, con excepción de '*Los tela*' (2013);

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

⁶ *Ibid.*

'Horacio y los plasticines' (2013) y 'Puerto Papel' (2012), todas corresponden a programas premiados en 2014.

En 2016 compitieron 275 proyectos en diversas líneas concursables por un monto de \$4.103.448.000, resultando ganadoras las siguientes producciones según categoría: Serie Histórica: *Inés del alma mía* y *Neruda*; Serie de Ficción: '*Helga y Flora*' y '*Alto Hospicio*'; Serie de No Ficción: '*En la ruta del libro*', '*Mi familia chilena y Extraordinarios*'; Producciones Regionales: '*Tráfico ilícito*', '*Muralma e Inmigrantes*'; Programas para Público Preescolar: '*Guitarra y tambor*' y '*Yo Pipoo*'; Programas para público infantil: '*Las aventuras de Ogú, Mampato*' y '*Rena y Las aventuras de Papelucho*'; Apoyos para nuevas temporadas: '*Réquiem de Chile*', '*Puerto Papel*' e '*Hijo de las Estrellas*'; Microprogramas: '*Mi patrimonio*', '*En movimiento*' y '*Una historia necesaria*'; Programas comunitarios: '*Territorios ancestrales*', '*Dale colo'r*', '*Insulares: misión circular*', '*Kume Pu Rali Williche: Sabrosos platos Williche*', '*Arica siempre rica*', '*Héroes de la pobla*' y '*Kom tañi eal mapu ñy zungu: La voz de toda la tierra*'.

'Fabulosas Flores', emitido por Chilevisión



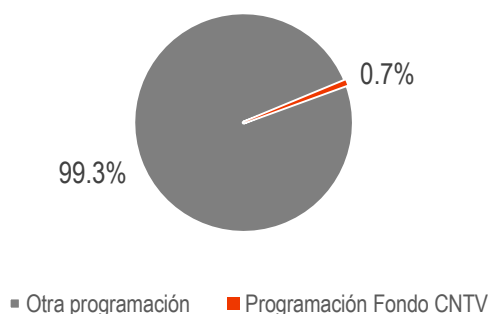
II. OFERTA DE PROGRAMAS DEL FONDO CNTV

En el presente apartado se describe la oferta de los programas exhibidos durante el año 2016 que fueron financiados por el Fondo CNTV.

En una primera instancia se presenta la participación de estos programas en la parrilla a nivel general y se identifica, en términos específicos, la incidencia del aporte de estos Fondos según su presencia en cada uno de los canales, su distribución de acuerdo a franja horaria y público objetivo.

Como se aprecia en el siguiente gráfico, en términos de volumen, los programas del Fondo CNTV, representan menos del 1% del total de la oferta televisiva de los canales de televisión abierta a nivel general.

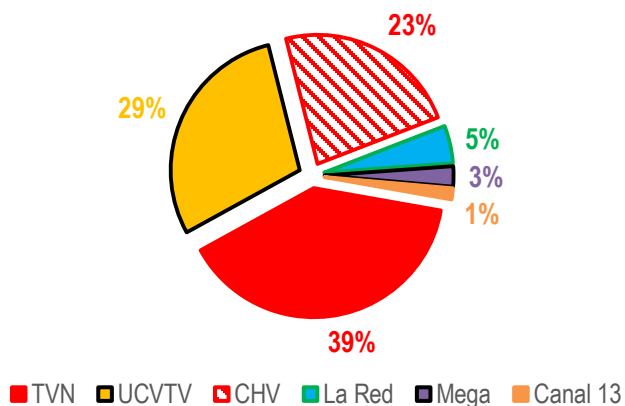
Gráfico N° 1. Distribución de oferta del Fondo CNTV y otra programación (%)



De estas horas, 48,2% correspondió a estrenos⁷ y 51,8%, a repeticiones de programas estrenados en años anteriores. Si se desagrega esta programación por canal de emisión, se evidencia que tres canales concentran la mayor parte de los programas del Fondo CNTV, como lo muestra el siguiente gráfico.

⁷ En este porcentaje de estrenos están incluidos los programas consignados en el cuadro de la página 11.

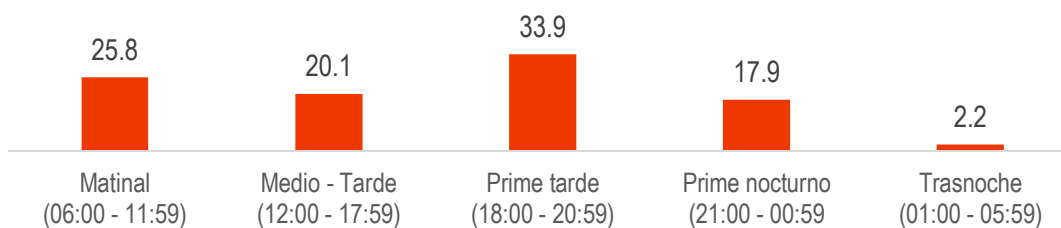
Gráfico N° 2. Distribución de oferta del Fondo CNTV, por canal (%)



El canal que emitió una mayor proporción de horas de programación del Fondo CNTV fue Televisión Nacional (TVN), con un 39% del total, seguido en segundo lugar por el canal de la Universidad Católica de Valparaíso (UCV TV), con un 29% y Chilevisión, con un 23%.

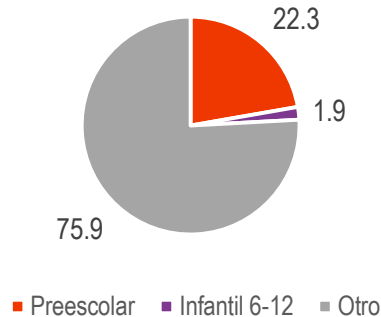
Esto obedecería a una mejor recepción de este tipo de contenidos por parte de estos canales y a diferencias en la cantidad de postulaciones de cada canal. Sin embargo, tal como se indicó en el capítulo anterior, la mayoría de los programas estrenados en 2016 fueron premiados con los recursos correspondientes al Fondo CNTV 2014.

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



El gráfico precedente muestra la distribución de la programación según horarios y divididos por volumen de audiencia. Se observa que el horario definido como *prime tarde* concentró las emisiones de programas del Fondo CNTV, con 34% de las horas, seguido del segmento *matinal* con 25,8% y cercano al horario *mediodía-tarde* (20%). Los programas emitidos durante el *trasnoche* alcanzaron sólo un 2%.

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



De acuerdo a la variable público objetivo, la programación del Fondo-CNTV estuvo dirigida mayoritariamente a audiencias adultas y familiares. Sin embargo, casi un cuarto de esta oferta se orientó a niños y niñas, principalmente en edad preescolar (22,3%), teniendo en cuenta que para el target preescolar el 99,4% corresponde a emisiones repetidas de estos programas. Situación similar ocurre con los programas del Fondo CNTV dirigidos a niños y niñas de 6 a 12 años, es decir 100% de las emisiones de estos espacios durante 2016 también son repeticiones de temporadas anteriores.

Por otra parte, en 2016 no hubo contenidos del Fondo CNTV destinados a adolescentes en la televisión abierta.

III. CONSUMO DE PROGRAMAS DEL FONDO CNTV

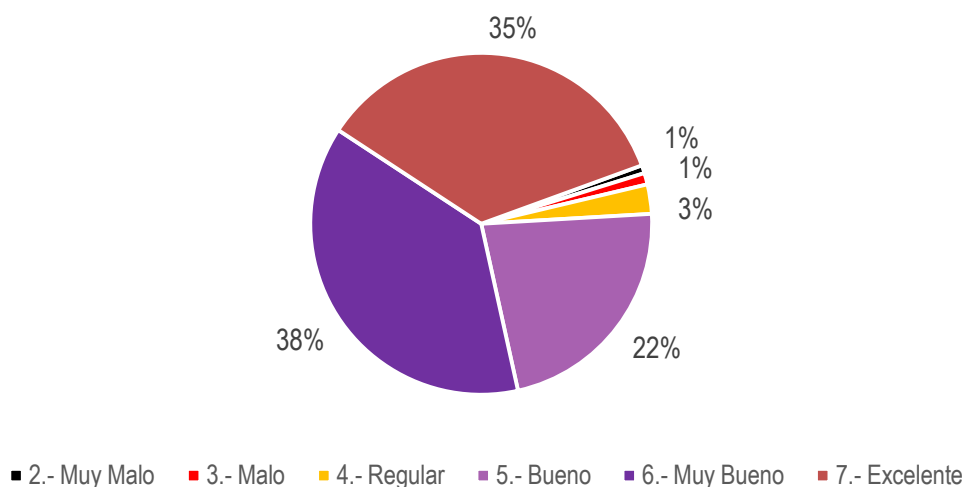
A continuación, se describe el consumo de los programas financiados por el Fondo CNTV y exhibidos durante 2016. La oferta de estos programas sumó un total de 382 horas.

Si bien la oferta a nivel general histórica de programas del Fondo-CNTV se puede observar baja, las evaluaciones de estos programas son especialmente positivas al compararlas con las evaluaciones del resto de la parrilla de la televisión abierta.

Así, en forma inédita, los programas del Fondo-CNTV tienen evaluaciones muy buenas y excelentes –notas 6 y 7- en su gran mayoría, abarcando un 73% de las mismas.

Históricamente, los géneros programáticos han obtenido notas más bajas en su conjunto. Las encuestas nacionales realizadas en 2005, 2008 y 2011 por ejemplo, mostraban que las notas a los distintos géneros declinaban, y los que obtenían mayor puntaje eran los géneros ‘Reportajes Culturales y Programas Educativos’, con un 60% de notas 6 y 7 en 2011 y los ‘Noticiarios’ con un 59% de estas notas. El resto obtenía porcentajes mucho menores de notas entre 6 y 7.

Gráfico N° 5. En general, en una escala de 1 a 7, donde 1 es pésimo y 7 excelente, ¿qué nota le pondría a...? Respuesta guiada y única (%). N= 565 evaluaciones



Fuente: VIII Encuesta Nacional de Televisión (2014)

Al evaluar las características de un programa cultural –que en este caso ameritan ganar un Fondo Concursable del CNTV-, las personas destacan en primer lugar, que los espacios culturales aportan reflexiones en torno a hechos sociales y así contribuyen a la formación de los ciudadanos.

En segundo lugar, más de la mitad de las audiencias también destaca que estos programas visibilizan la diversidad cultural del país. Se evidencia de este modo, que, los chilenos y chilenas otorgan especial relevancia a los programas financiados por el Fondo CNTV, tal como lo muestra el gráfico N°6.

**Gráfico N° 6. ¿Por qué piensa que es un programa cultural?
Respuesta guiada y múltiple (%)**

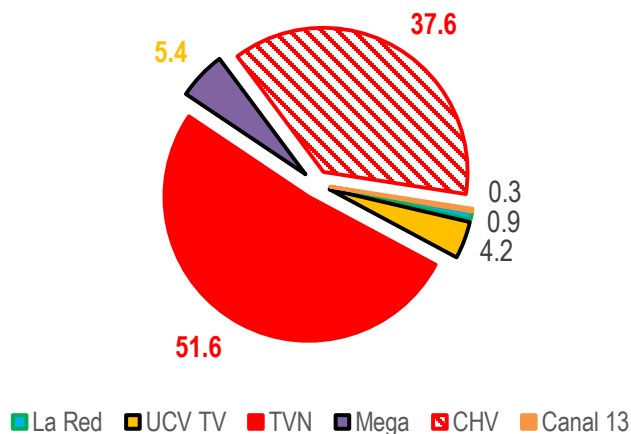


Fuente: VIII Encuesta Nacional de Televisión (2014)

En cuanto a la distribución del consumo de programación con contenido cultural, ésta depende básicamente de dos factores:

- El canal de emisión y;
- la audiencia promedio de dicho canal.

Gráfico N° 7. Distribución consumo programación del Fondo CNTV, por canal (%)



Tal como se mencionó, el canal que emitió una mayor proporción de horas de programación del Fondo CNTV fue Televisión Nacional (TVN), con un 39% del total, y presenta más de un 51% de su consumo, lo que habla del buen rendimiento en este tipo de programas, así como de los espacios culturales en general⁸. Televisión Nacional emitió, entre otros, los programas *¿Qué pasó con mi curso* y *Vecinos del Volcán?*, que obtuvieron positivas cifras de audiencia.

Todos los canales que concitan mayor audiencia, es decir TVN, Mega, Canal 13 y Chilevisión, tienen un mejor rendimiento de audiencia respecto del porcentaje de horas de programación del Fondo que ofrecieron en 2016. Chilevisión, por ejemplo, ofreció un 23% de programación de este tipo y obtuvo un 37,6% del consumo total. La serie de ficción *Bala Loca*, que tuvo gran impacto entre las audiencias, destaca entre los programas de su parrilla. Canal 13, si bien, sólo emitió el 1% de horas del Fondo, obtuvo un 5,4% de audiencia y Mega, presentó una relación similar oferta/consumo.

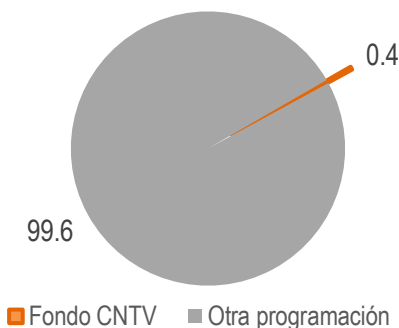
A diferencia de lo anterior, los canales más pequeños en audiencia⁹, UCV TV y La Red, tuvieron bajo rendimiento de consumo. En particular, el canal de la Universidad Católica de Valparaíso, con un 29% de la oferta de estos programas, pero con un rendimiento de 4,2%. Dicha estación televisiva tiene un bajo nivel de audiencia¹⁰ - 2,2% del total -. Se ha de notar, sin embargo, que, los programas del Fondo captan casi el doble de esta cifra, un 4,2%, con lo que se puede afirmar que con ellos sube su rating.

⁸ Probablemente debido a su imagen de canal que ofrece cultura, en su calidad de canal público.

⁹ Telecanal no emitió programas del Fondo.

¹⁰ Su audiencia a través de la web es importante, pero este estudio no registra esos datos.

Gráfico N° 8. Distribución de consumo Fondo CNTV (%)

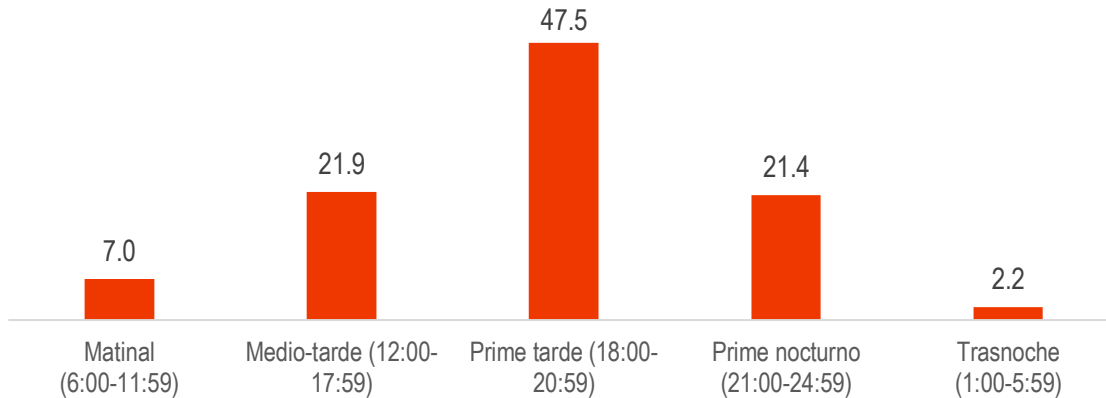


El porcentaje de consumo de los programas del Fondo-CNTV en su totalidad, abarca un 0,4%, considerando que la oferta de este tipo de programas es de 0,7%.

Las razones de esta diferencia en la relación oferta/consumo, dicen relación básicamente con el descenso de audiencia que obtuvieron, principalmente UCV TV y, en segundo lugar, el canal La Red, los que –como se mencionó- tienen, en general, bajos niveles de audiencia.

En relación a los horarios de consumo de los programas, su mejor rendimiento está en la franja *Prime tarde*, que va desde las 18:00 a las 20:59 horas. En este segmento se emitió 33,9% de esta oferta, seguida por la franja *matinal* -25,8% de la oferta- y la del *mediodía-tarde* –con un 20,1% de la oferta-. Sin embargo, el resto de los horarios no tiene la eficacia de la franja *Prime tarde*, si bien el bloque *Prime noche* –de 21:00 a 00:59 horas- también presenta buenos resultados ya que la oferta de programas del Fondo es de un 17,9%, y el consumo, de 21,4%, como se muestra en el siguiente gráfico.

Gráfico N° 9. Distribución de consumo del Fondo CNTV, por horario y volumen de audiencia (%)

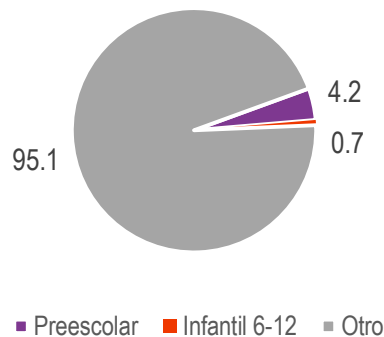


Los programas financiados por el Fondo tienen distintos públicos, básicamente, televidentes mayores de edad, es decir, de 18 años y más; también hubo programas para audiencia infantil, dividido en tres categorías: pre-escolar; infantil de 6 a 12 años; y adolescente –de 13 a 17 años-.

La Audiencia Infantil

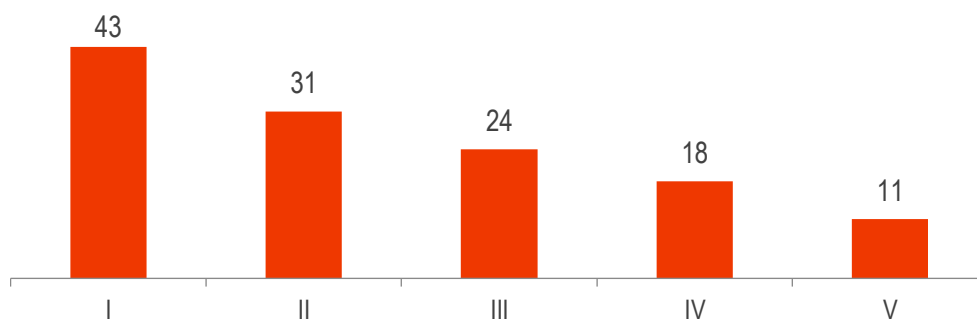
Se evidencia que el consumo de programas infantiles del Fondo, tanto de espacios dirigidos a pre-escolares como a niños de 6 a 12 años, es de 4,9%. Un **rendimiento casi 29 veces superior a su oferta**, que alcanza sólo un 0,17% del total de la programación de los canales de televisión. En otras palabras, los programas dirigidos a este público son vistos, y así como hubo más programas para niños y niñas en edad pre-escolar, así también fue su consumo, con cifras más altas.

Gráfico N° 10: consumo del Fondo CNTV, según público objetivo (%)



Los programas especialmente dirigidos a audiencias infantiles financiados por el Fondo, tienen un altísimo rendimiento en consumo, seguramente debido a que existe un porcentaje importante de niños y niñas que no cuentan con televisión de pago, y, por lo tanto, no tienen acceso a una oferta infantil específica en canales segmentados para este público.

Gráfico N° 11. Hogares con niños sin acceso a TV de pago, por quintiles de ingreso (%)



Fuente: elaboración propia a partir de encuesta CASEN 2015

Tal como consta en la última encuesta CASEN¹¹, parte importante de los hogares con hijos primer quintil más pobre de nuestra sociedad y un 30% del segundo, no cuentan con acceso a televisión pagada.

¹¹ Encuesta de Caracterización Socio Económica (CASEN 2015) del Ministerio de Desarrollo Social.

IV. ANÁLISIS DE RATING

En esta sección se presenta un análisis de rating de los programas financiados por el CNTV emitidos durante 2016. Se entrega información general respecto a las audiencias de estos programas, a partir de la evaluación de rating por hogares e individuos. También se presentan datos en miles, de modo de representar de manera más concreta el volumen de audiencia implicado. La información se organiza por canales de emisión. Como anexo se entrega un ranking general de la totalidad de programas del periodo.

Adicionalmente, se realizó una caracterización más detallada sobre el consumo de programas del Fondo por parte de segmentos específicos de la audiencia. Este trabajo evidencia que las cifras de rating no son suficientes para dar cuenta de la afinidad que tienen, por ejemplo, los programas infantiles con su público objetivo donde el porcentaje es más alto que el rendimiento del total de la muestra.

Programas emitidos en el año 2016 por canal

En términos generales, durante el año 2016 se exhibieron 44 programas del Fondo-CNTV en los canales de TV abierta¹².

El canal con mayor presencia de estos programas fue UCV-TV, con 17 programas emitidos. Le siguen CHV con 10 producciones en pantalla, TVN con 8 programas, Canal 13 con 5 producciones y Mega con sólo una.

La siguiente tabla muestra los programas emitidos a través de La Red.

Tabla N° 3. Programas emitidos y audiencia, La Red

PROGRAMA	DUR.	INICIO	CAPÍTULOS	HOGARES		INDIVIDUOS	
				RAT	N°	RAT	N°
TOTAL AÑO	-	-	-	1,203	25.302	0,427	29.830
Desde el cielo azulado	0:30:07	19:45	8	0,663	14.237	0,236	16.824
Fabulosas flores	0:57:00	22:31	12	0,617	13.246	0,24	17.089
Buscando el instrumento madre	0:32:15	20:15	8	0,567	12.164	0,183	13.062

¹² Telecanal es la única estación de televisión abierta de cobertura nacional que no emite programas del Fondo-CNTV.

Durante 2016, La Red emitió 3 programas del Fondo-CNTV, uno más que en 2015. De entre ellos, dos fueron estrenos *-Desde el cielo azulado y Buscando el instrumento madre-* y uno correspondió a una repetición *-Fabulosas Flores-*.

Los tres programas se ubicaron por debajo del promedio de rating anual del canal y fueron visualizados por 15.000 personas, en promedio.

En relativo contraste con lo anterior, como se observa en la siguiente tabla, durante el 2016 UCVTV fue el canal con mayor presencia de programación financiada por el Fondo-CNTV: un total de 17 programas. En términos generales, los dos programas más vistos en esta estación *-Sabores sin límites y Puerto de hambre-* superaron el promedio general de rating de este canal.

Tabla N° 4. Programas emitidos y audiencia, UCVTV

PROGRAMA	DUR.	INICIO	CAPÍTULOS	HOGARES		INDIVIDUOS	
				RAT	N°	RAT	N°
TOTAL AÑO CANAL	-	-	-	0,60	12.516	0,21	14.892
Sabores sin límites	0:30:00	17:31	7	0,822	16.941	0,28	19.145
Puerto de hambre	0:58:15	21:00	4	0,582	11.994	0,162	11.082
Pasos de cumbia	0:56:21	21:02	11	0,494	10.187	0,179	12.254
Lord Cochrane, cap. de mar y tierra	0:32:10	20:21	6	0,469	9.833	0,154	10.740
Pueblo chico, gente grande	0:25:20	18:03	3	0,428	8.820	0,144	9.848
Vida conciencia	0:29:00	19:30	9	0,423	8.711	0,158	10.831
Chile suena	0:03:50	19:49	6	0,416	8.590	0,122	8.385
Las aventuras de Muelín y Perlita	0:07:58	7:47	169	0,41	8.450	0,167	11.459
Por la paz	0:29:52	18:05	8	0,406	8.358	0,127	8.716
Recórcholis y Corchito	0:09:54	7:15	93	0,383	7.956	0,139	9.604
Territorios imaginados	0:28:26	20:10	9	0,356	7.650	0,132	9.424
Un, dos, tres. A jugar	0:07:08	8:29	41	0,337	7.098	0,122	8.548
Si vas para Chile	0:47:17	18:00	7	0,327	6.743	0,092	6.318
Bartolo	0:11:12	7:34	105	0,301	6.238	0,11	7.586
Pequeñas criaturas de Chile	0:03:00	18:35	3	0,247	5.309	0,103	7.309
De punto fijo	0:08:46	18:35	13	0,228	4.809	0,081	5.643
Haka matara	0:23:24	16:39	5	0,219	4.509	0,062	4.251

'Las aventuras de Muelín y Perlita', emitido por UCVTV



Se destaca la serie infantil *Las Aventuras de Muelín y Perlita*, programa infantil emitido en horario matinal y que presentó 169 emisiones. Durante el período fue visualizado por 11.459 personas, cifra que es superior incluso que el programa que se posiciona en segundo lugar de acuerdo al ranking de rating hogares.

Televisión Nacional, por su parte, también bajó en la cantidad de programas del Fondo-CNTV exhibidos. Todos tuvieron un promedio de rating por debajo del anual del canal, sin embargo, ninguno de estos programas fue emitido en horario prime.

Tabla N° 5. Programas emitidos y audiencia, TVN

PROGRAMA	DUR.	INICIO	CAPÍTULOS	HOGARES		INDIVIDUOS	
				RAT	N°	RAT	N°
TOTAL AÑO CANAL	-	-	-	5,023	105.842	1,93	135.064
Camioneros	0:43:45	17:09	17:54	4,099	84.460	1,495	102.357
Vecinos del volcán	0:58:36	18:02	19:01	3,914	84.000	1,51	107.563
Do remix	0:34:00	10:00	10:34	3,265	70.087	1,088	77.475
Los tela	0:31:17	17:57	18:28	2,962	61.047	1,096	75.032
Ce hache i	0:33:40	18:29	19:03	2,636	54.311	1,041	71.291
Zona de realizadores	1:27:20	0:55	2:23	2,379	50.638	0,843	59.549
Puerto papel	0:23:45	9:00	9:24	0,972	20.463	0,377	26.378
Horacio y los plasticines	0:17:40	8:03	8:21	0,809	17.028	0,273	19.111

En el caso del canal estatal lo que destacó durante el año, de todas maneras, fue que al menos los dos primeros en el ranking de este canal –*Camioneros* y *Vecinos del volcán*- fueron programas visualizados por más de 100 mil personas, en promedio.

'Vecinos del volcán', emitido por TVN



Se ha de considerar lo mencionado anteriormente, respecto de los niños, cuyo rendimiento es muy alto, a pesar de las cifras de rating que abarcan al público general.

El canal Mega, en tanto, durante el año 2016 sólo emitió la serie histórica *El Niño Rojo*. El canal ubicó este programa cerca de la 1 de la madrugada en su parrilla. No obstante, alcanzó una audiencia de 139.125 personas promedio entre todas sus emisiones.

'El Niño Rojo', emitido por Mega



Tabla N° 6. Programas emitidos y audiencia, Mega

PROGRAMA	DUR.	INICIO	CAPÍTULOS	HOGARES		INDIVIDUOS	
				RAT	N°	RAT	N°
TOTAL AÑO CANAL	-	-	-	9,48	199.420	3,713	259.394
El Niño Rojo	0:42:40	0:45	1:28	5,582	115.037	2,032	139.125

Respecto a Chilevisión, durante el año 2016 este canal fue el segundo en cuanto a volumen de programas con financiamiento CNTV, seguido de UCV-TV. La tabla siguiente muestra esta programación.

Tabla N° 7. Programas emitidos y audiencia, CHV

PROGRAMA	DUR.	INICIO	CAPÍTULOS	HOGARES		INDIVIDUOS	
				RAT	N°	RAT	N°
TOTAL AÑO CANAL	-	-	-	6,132	128.922	2,183	152.441
El bosque de Karadima	1:09:20	22:42	23:51	5,546	114.279	1,854	126.937
Violeta se fue a los cielos	2:01:00	22:00	0:01	5,527	113.886	1,949	133.474
Bala loca	1:07:33	22:38	23:46	4,871	104.541	1,678	119.537
Chile en llamas	1:06:34	18:04	19:11	4,61	96.679	1,694	117.956
Viejo zorro	1:00:45	18:07	19:09	4,047	84.941	1,44	100.352
12 días que estremecieron Chile	1:00:36	18:16	19:17	3,913	80.630	1,364	93.385
Cartas de mujer	1:00:00	17:30	18:31	3,852	79.372	1,339	91.701
Amar y morir en Chile	1:21:00	18:10	19:31	3,85	79.331	1,502	102.886
La travesía de Darwin	1:13:30	14:15	15:29	2,554	54.817	0,988	70.385
Divino tesoro	2:03:00	17:28	19:31	2,124	43.768	0,75	51.352

Si bien ninguno de estos programas supera el promedio anual del canal, de los 10 programas emitidos, 5 fueron visualizados por más de 100 mil personas en promedio, destacando *Violeta se fue a los cielos* que fue vista por 133.474 personas.

En términos de masividad, los programas emitidos por Chilevisión obtuvieron resultados muy positivos. Los tres programas más vistos fueron: *El Bosque de Karadima*, *Violeta se fue a los cielos* y *Bala Loca*, emitidos en horario de alta audiencia.

'El Bosque de Karadima' y 'Violeta se fue a los Cielos', emitidos por CHV



Finalmente, los resultados de Canal 13 son los siguientes: al igual que el año anterior (2015), los programas *Recomiendo Chile* y *Sueños Latinoamericanos* se posicionan por encima del promedio total del canal visualizados por 183.443 y 171.277 personas respectivamente.

De los 4 programas de este tipo exhibidos a través de Canal 13, tres se ubican en el franjeado cultural del canal -sábados y domingos en la tarde-, que promedia en total 7 puntos de rating en hogares.

Tabla N° 8. Programas emitidos y audiencia, Canal 13

PROGRAMA	DUR.	INICIO	CAPÍTULOS	HOGARES		INDIVIDUOS	
				RAT	N°	RAT	N°
TOTAL AÑO CANAL	-	-	-	6,111	128.435	2,307	160.976
Recomiendo Chile	1:10:55	15:15	16:27	6,644	139.471	2,631	183.443
Sueños latinoamericanos	0:50:00	18:09	18:59	6,257	134.301	2,405	171.277
Océano, Chile frente al mar	0:36:00	6:54	7:30	0,86	17.728	0,262	17.945
Flipos	0:33:45	8:30	9:04	0,503	10.363	0,184	12.607

Se destaca que fueron 12.607 personas quienes vieron la serie infantil '*Flipos*'. Al igual que otros programas infantiles, si bien no obtuvo un alto rating en el público general, sí tuvo un buen rendimiento medido por afinidad y fidelidad entre el público específico de niños y niñas.

'Recomiendo Chile', emitido por Canal 13



Consumo en públicos de interés: hogares con y sin TV pagada

Como ya se ha mencionado, entre los programas más vistos del Fondo-CNTV durante 2016 estuvieron *Violeta se fue a los cielos*, *El niño rojo* y *El Bosque de*

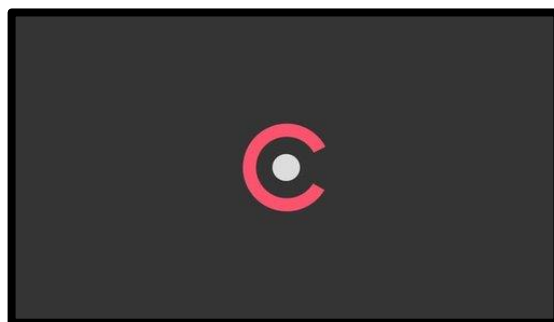
Karadima. Estos programas obtuvieron ratings altos en el público general. Cabe hacer notar, además, que esta programación obtuvo ratings más altos en hogares sin TV pagada.

En algunos casos esta diferencia en rating es el doble o el triple que en los hogares que sí cuentan con televisión de pago, como se aprecia en la siguiente tabla.

Tabla N° 9. Programas Fondo-CNTV más vistos durante 2016

PROGRAMA	HOGARES SIN TV PAGADA		HOGARES CON TV PAGADA	
	RAT	AFF	RAT	AFF
Violeta se fue a los cielos (CHV)	10,285	186,1	3,761	68,1
El Niño Rojo (MEGA)	9,176	164,4	4,249	76,1
El Bosque de Karadima (CHV)	8,083	145,8	4,604	83
Cultura capital (TVN)	6,962	180,2	2,713	70,2
Chile en llamas (CHV)	6,688	145,1	3,846	83,4
12 días que estremecieron a Chile (CHV)	6,428	164,3	2,98	76,2
Vecinos del volcán (TVN)	6,41	163,8	3,004	76,8
Viejo zorro (CHV)	6,202	153,2	3,254	80,4
Bala loca (CHV)	6,016	123,5	4,454	91,4
Cartas de mujer (CHV)	5,003	129,9	3,425	88,9

'Cultura capital', emitido por TVN



Consumo en públicos de interés: audiencia infantil

A continuación, se muestran 3 ejemplos de programas del Fondo-CNTV que han tenido éxito en la audiencia infantil. Cabe destacar en este caso que la TV abierta

cuenta con una muy escasa oferta de programación infantil; la mayor parte de estos programas se emiten en Chile a través de la televisión pagada.

PUERTO PAPEL

Emitido todos los sábados a las 9:00 AM, entre el 23 de abril y el 3 de septiembre de 2016, a través de TVN. El programa obtuvo bajos ratings entre el público general:

Rating hogares: 0,971 / 20.395 personas

Rating personas: 0,38 / 26.490 personas

Sin embargo, alcanzó **un share de 10,5%**, es decir que un 10% de los televisores encendidos en esa franja horaria sintonizaron el programa.

Por otro lado, la afinidad entre **niños y niñas (4 – 12) sin televisión de pago fue de 794,9**. Esto indica que el rendimiento en esta audiencia específica fue **8 veces superior** al público general. Se trata de un programa para niños, que fue muy visto por aquellos que no tienen acceso la oferta de programación infantil del cable.

'Puerto Papel', emitido por TVN



LORD COCHRANE

Emitido en 7 capítulos a contar del sábado 14 de mayo de 2016, a las 19 horas, a través de UCV TV.

Rating hogares: 0,473 / 9.904 personas

Rating personas: 0,155 / 10.807 personas

En este caso nuevamente entre **el público de niños y niñas (4 – 12) sin televisión de pago, la afinidad llega a 349,7**: casi 4 veces mayor rendimiento en esta audiencia.

UN, DOS, TRES, A JUGAR

Emitido los sábados a partir del 1 de enero de 2016, a las 18:45, a través del canal UCV TV.

Rating hogares: 0,336 / 7.705 personas

Rating personas: 0,122 / 8.533 personas

En el mismo público de los casos anteriores, **la afinidad fue de 265,4**, un rendimiento de más del doble en esta audiencia.

'Un, dos, tres. A jugar'. Emitido por UCV-TV



V. REFLEXIONES FINALES

Considerando el análisis de los capítulos anteriores, es preciso recalcar la relevancia –en términos de política pública- que posee el Fondo de Apoyo a Programas Culturales del Consejo Nacional de Televisión.

Se trata de una acción destinada a enriquecer la diversidad cultural de los contenidos incluidos en la parrilla programática de este medio, con programas de interés nacional y con identidad local que, en suma, vienen a satisfacer la demanda histórica expresada por las audiencias respecto a una mayor presencia de espacios culturales en la televisión.

De acuerdo a los datos de la VIII Encuesta Nacional de Televisión (2014) la deseabilidad que declara el público de ver productos audiovisuales que den cuenta, entre otros aspectos, de tradiciones y costumbres locales confirma la importancia del fomento de programación cultural. En dicha medición, 31% de las personas menciona que le gustaría que la televisión ofreciera mayor cantidad de programas culturales.

Asimismo, según la Encuesta de Satisfacción de Programas del Fondo CNTV 2016, los televidentes reconocen y valoran el carácter innovador y la calidad de estos espacios. Más de un 60% considera que los proyectos financiados por el CNTV y estrenados durante 2016 posee un perfil cultural, entendiéndose como tal la combinación de rasgos asociados a la vida social, formación ciudadana, diversidad cultural, identidad nacional, regional o local y preservación del patrimonio, ya sea universal o nacional.

Las cifras de rating y afinidad, dan cuenta que quienes no cuentan con televisión de pago, son los que mayormente consumen la oferta de programas financiados por el CNTV, y son quienes, en mayor medida son objeto de política pública, por tratarse de hogares más desposeídos.

Este es especialmente el caso de niños y niñas, donde los programas dirigidos a ellos tienen un rendimiento extraordinariamente alto en cuanto a afinidad, que va desde 2 veces a 8 veces el rendimiento comparado al público general.

En tal sentido, las apreciaciones de los telespectadores muestran que su anhelo de consumir contenidos culturales –y en el caso de los niños, programas infantiles de calidad- se estaría cumpliendo con el incremento de horas de emisión contemplado en la Ley 18.838 y sus modificaciones.

El aumento de 2 a 4 horas de programación cultural, vigente desde octubre de 2014, significó una modificación tanto en la oferta como en el consumo de este tipo de espacios. Dicho cambio ha planteado desafíos creativos no sólo para la propia

industria, sino que también para las productoras y realizadores audiovisuales independientes.

Sin embargo, es primordial que la evaluación de esta política pública no sólo cuente con indicadores cuantitativos. Es decir, resulta necesario complementar los resultados de una encuesta con un levantamiento de datos de tipo cualitativo, que arroje, por ejemplo, dimensiones discursivo-argumentativas sobre las razones por las cuales las audiencias eligen ver determinado contenido subsidiado por el Fondo CNTV.

En cuanto a las líneas concursables del Fondo, es sustancial mantener y ampliar la categoría que apoya la producción de programas infantiles. Es decir, diversificarla contemplando el fomento de espacios orientados a niñas y niños de 13 a 17 años.

REFERENCIAS

- Consejo Nacional de Televisión, CNTV (2016). Encuesta de Satisfacción de Programas del Fondo CNTV 2016.
- Consejo Nacional de Televisión, CNTV (2014). VIII Encuesta Nacional de Televisión.
- Encuesta de Caracterización Socio Económica (CASEN 2015). Ministerio de Desarrollo Social.
- Figueroa Burdiles, Noelia; Le Bert Montaldo, Juan (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.

cnTV
CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN

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

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