

# BALANCE

## PROGRAMACIÓN CULTURAL 2022

DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS

2023

## CONTENIDO

### Contenido

PRESENTACIÓN.....	3
METODOLOGÍA.....	4
PRINCIPALES RESULTADOS .....	6
I. ANTECEDENTES DE FISCALIZACIÓN.....	7
II. PROGRAMACIÓN CULTURAL EN LA TELEVISIÓN ABIERTA.....	18
III. CONSUMO DE PROGRAMACIÓN CULTURAL .....	26
IV. CONCLUSIONES .....	40

## PRESENTACIÓN

El Balance de Programación Cultural tiene como objetivo central levantar y sistematizar datos de la programación cultural informada por los canales de TV abierta de alcance nacional, fiscalizada por el Departamento de Fiscalización y Supervisión<sup>1</sup>, y definida como tal por el Consejo Nacional de Televisión a partir de lo establecido por la ley 18.838 y la norma sobre transmisión de programas culturales. En dicho marco normativo se define la programación cultural de la siguiente manera:

“Los concesionarios deberán transmitir a lo menos cuatro horas de programas culturales a la semana, entendiéndose por tales aquellos que se refieren a los valores que emanen de las identidades multiculturales existentes en el país, así como los relativos a la formación cívica de las personas, los destinados al fortalecimiento de las identidades nacionales, regionales o locales, como fiestas o celebraciones costumbristas y aquellos destinados a promover el patrimonio universal y, en particular, el patrimonio nacional (...)”.

En este informe se presentan datos correspondientes al año 2022 junto con algunas comparaciones con años anteriores, para observar dinámicas temporales de la aplicación de esta normativa sobre los contenidos televisivos. En una primera parte se entrega información sobre antecedentes del proceso de fiscalización, mostrando el flujo de análisis y evaluaciones de los programas informados, revisados y definidos como culturales, la cantidad de horas y emisiones de fiscalización, los motivos de aceptación y rechazo como programación cultural, el perfilamiento de la programación cultural por canal, entre otros datos.

Una segunda parte trata sobre la presencia de la programación cultural en la pantalla de televisión abierta en la totalidad de la oferta; su evolución en los últimos años, y su ubicación en la pantalla en cuanto a días y horarios. Además, se muestran datos para observar la distribución de la programación cultural aceptada según tipos de contenidos de los programas y criterios aplicados.

Por último, se entrega información sobre el consumo de esta programación en base a datos del estudio *People meter de la empresa Kantar Ibope Media*. Se indaga en la audiencia de la programación cultural por día, franjas horarias, canal emisor y sintonía general. A su vez, se muestran cifras de afinidad de estos programas con foco en el grupo socioeconómico de esta audiencia a fin de relacionar el interés de estos contenidos con la posibilidad de acceso a bienes culturales.

Este balance estadístico entrega información sistematizada que ayuda a observar la operatividad del mandato que la ley le entrega al Consejo Nacional de Televisión. En este sentido, es un sustento

---

<sup>1</sup> El propósito de este documento no es, por lo tanto, informar sobre la fiscalización semanal del Consejo Nacional de Televisión, en cuanto al cumplimiento de las horas obligatorias de programación cultural por parte de los canales de televisión según lo establecido por esta autoridad.

de aspectos significativos de la norma cultural, tanto desde la propuesta de la industria como desde la respuesta en las audiencias.

## METODOLOGÍA

### Objetivo general

Analizar el proceso de fiscalización anual de la programación cultural y su efecto en el total de la oferta y consumo de la TV abierta.

### Objetivos específicos

- Caracterizar la oferta cultural de programación transmitida en TV abierta de alcance nacional, según criterios normativos.
- Analizar el consumo de programación cultural de la TV abierta nacional.

### Tipo de estudio

Estudio cuantitativo con información sistematizada de la programación cultural informada por los canales de TV abierta y fiscalizada por la Unidad Cultural del Departamento de Fiscalización del CNTV.

### Unidad de observación

Programación cultural informada por siete canales de libre recepción y cobertura nacional (Telecanal, La Red, TV+, TVN, Mega, Chilevisión y Canal 13).

### Unidad de análisis

Tiempo total en horas de programas culturales y consumo efectivo promedio por persona, al menos vio un minuto de televisión el año 2022.

### Fuentes de información

- Registro de programación cultural informada codificada de la Unidad Cultural del Departamento de Fiscalización del CNTV
- Consumo televisivo: Estudio People Meter (Kantar IBOPE Media).

## VARIABLES ANALIZADAS

Las variables de programación y de audiencia utilizadas para el análisis son las siguientes:

### VARIABLES DE PROGRAMACIÓN

Duración

Horario de emisión

Canal

### VARIABLES DE AUDIENCIA

ATS: tiempo efectivo de audiencia promedio persona

Rating

Alcance bruto (*reach miles*)

Afinidad

## PRINCIPALES RESULTADOS

### ANTECEDENTES DE FISCALIZACIÓN

- CHV, Mega y Telecanal aumentan su programación cultural informada. CHV lidera este incremento con un 10% más que el año anterior.
- Los canales con mayor caída en la cantidad de horas informadas como culturales son TVN y La Red con 39% y 37% respectivamente en relación al 2021.
- El 87,4% de las emisiones informadas y fiscalizadas fueron aceptadas como culturales por el Consejo.
- Los canales con más horas aceptadas son CHV y Canal 13 con 497 y 483 horas anuales respectivamente. Mega, por su parte, es el canal con menor cantidad de horas aceptadas (258).
- La aceptación de contenidos culturales en canales de TV abierta se asocia a la identidad nacional (37,3%).

### PROGRAMACIÓN CULTURAL EN LA PANTALLA DE TV ABIERTA

- El 6,9% del total de la oferta televisiva en el año 2022 es programación con contenido cultural, similar al año 2021 (7,1%).
- CHV y Canal 13 – 19,1% y 18,6% respectivamente – son los canales con mayor oferta cultural en TV abierta en 2022.
- El 85,5% de la oferta cultural se emite los fines de semana.
- El 56,5% de la oferta cultural se emite entre las 9:00 y 18:00 horas.
- Un 19,3% del total de la oferta de programación cultural que se emite fuera del horario normativo.

### CONSUMO DE PROGRAMACIÓN CULTURAL

- El tiempo de visionado de programación cultural en el año 2022, alcanza el 6,3% del total de oferta de TV abierta, lo que equivale a 41 minutos promedio diario por persona en el 2022.
- El consumo efectivo de la programación cultural se incrementa en un 37% entre el año 2019 y 2022.
- Los dos canales con mayor oferta de programación cultural en el año 2022, son también los de mayor rating hogar en programación cultural: CHV (6,3 puntos) y Canal 13 (4,8 puntos).
- En el año 2022, los fines de semana el consumo efectivo de contenidos culturales supera notoriamente al registrado el año anterior, siendo el más alto en los últimos cuatro años.

## I. ANTECEDENTES DE FISCALIZACIÓN

En este apartado se presenta información específica respecto al proceso de fiscalización en su conjunto, desde la cantidad de emisiones de programas culturales y horas fiscalizadas; las resoluciones del Departamento de Fiscalización y del Consejo; y las causales de aceptación y rechazo de programación cultural informada por los canales, entre otros aspectos.

Esto requiere conocer los pasos que sigue el proceso de fiscalización de programación cultural de TV abierta que se enmarca en la ley 18.838<sup>2</sup> y la norma sobre programación cultural<sup>3</sup>:



<sup>2</sup> Ley 18.838, art. 12, letra I): [https://www.cntv.cl/wp-content/uploads/2020/09/02\\_ley\\_n\\_18\\_838\\_crea\\_el\\_consejo\\_nacional\\_de\\_television\\_d\\_o\\_30\\_09\\_1989\\_texto\\_actualizado\\_incluye\\_modificaci\\_n\\_introducida\\_por\\_ley\\_n\\_20\\_889\\_d\\_o\\_21\\_01\\_2016\\_.pdf](https://www.cntv.cl/wp-content/uploads/2020/09/02_ley_n_18_838_crea_el_consejo_nacional_de_television_d_o_30_09_1989_texto_actualizado_incluye_modificaci_n_introducida_por_ley_n_20_889_d_o_21_01_2016_.pdf)

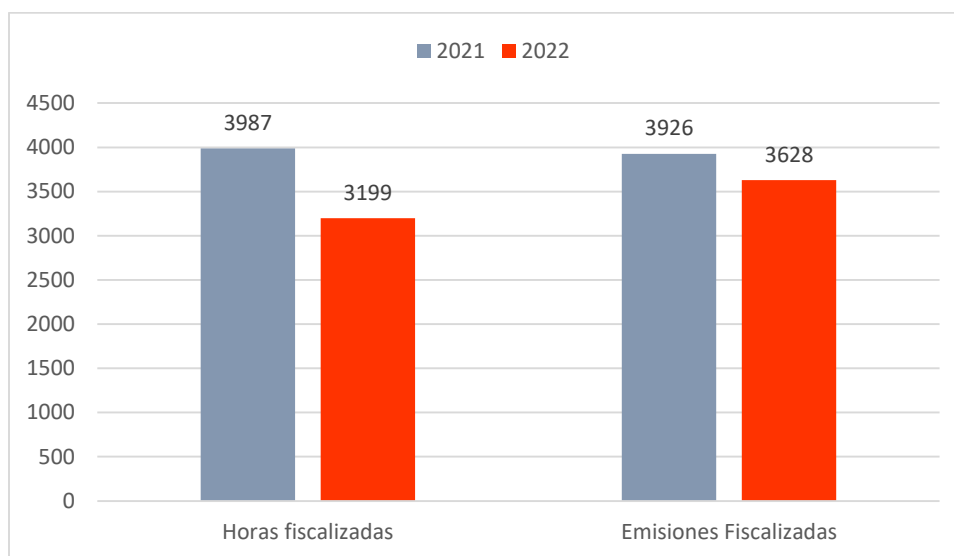
<sup>3</sup> Ver en: [https://www.cntv.cl/wp-content/uploads/2022/10/Acuerdo-S\\_N\\_25-AGO-2014.pdf](https://www.cntv.cl/wp-content/uploads/2022/10/Acuerdo-S_N_25-AGO-2014.pdf)

Para este capítulo, los datos provenientes del trabajo de fiscalización se observan a partir de dos dimensiones:

- 1) la cantidad de horas informadas por las estaciones televisivas;
- 2) la cantidad de emisiones fiscalizadas, que ayudan a contextualizar el proceso de fiscalización en cuanto al total de volumen de programas fiscalizados.

Para ilustrar el proceso de fiscalización del año 2022, se compara con el año anterior, puesto que la información que entregan los canales de televisión varía año a año y esto impacta a su vez en la fiscalización.

**Gráfico n° 1: Total programación cultural debidamente informada y fiscalizada, según cantidad de emisiones y horas**



En el gráfico n° 1 se puede observar que en el año 2022 la cantidad de emisiones fiscalizadas fueron 3.628, un 8% menos que el año 2021 -cuando se fiscalizaron 3.926 emisiones-. Al calcular esta baja en tiempo de duración de cada emisión, se observa una caída aún más pronunciada de la programación cultural informada por los canales que alcanza un 20% menos: se pasa de 3.987 horas en 2021 a 3.199 horas en 2022.

La correspondencia entre cantidad de emisiones y horas fiscalizadas se observa sólo en el cálculo total, ya que, al desagregar por canal, las cifras cambian, tal como lo muestra la tabla a continuación:



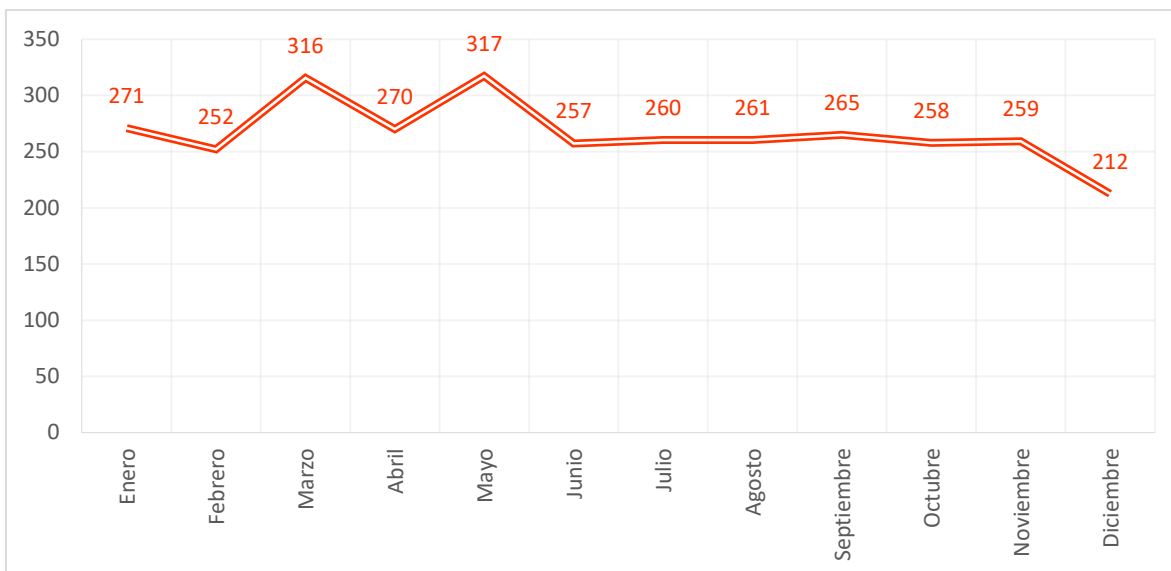
**Tabla n° 1: Fiscalización programación cultural según Canal (n° emisiones/horas)**

	Horas fiscalizadas			N° Emisiones fiscalizadas		
	2021	2022	% Dif x año	2021	2022	% Dif x año
Telecanal	258	264	2%	892	1150	29%
La Red	632	397	-37%	462	351	-24%
TV+	446	364	-18%	679	582	-14%
TVN	1007	610	-39%	756	449	-41%
Mega	265	276	4%	243	261	7%
CHV	450	497	10%	220	199	-10%
Canal 13	928	791	-15%	674	636	-6%
<b>Total</b>	<b>3986</b>	<b>3199</b>	<b>-20%</b>	<b>3926</b>	<b>3628</b>	<b>-8%</b>

Por canal, las diferencias entre horas y emisiones son notorias. Esto se genera básicamente porque, por un lado, los canales informan una gran cantidad de emisiones, pero con programas de corta duración y, por otro lado, menos emisiones, pero de programas más extensos.

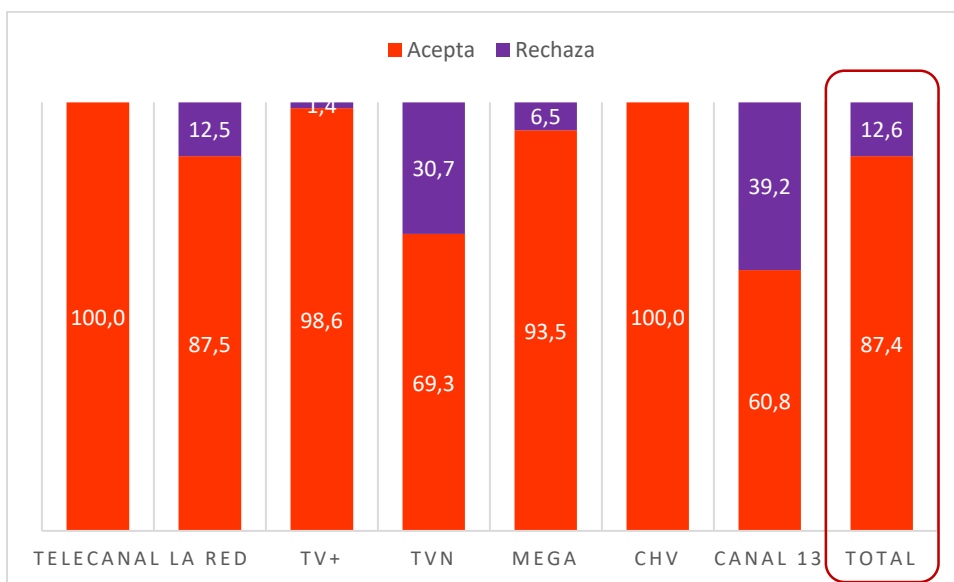
Respecto a las horas totales fiscalizadas, CHV, Mega y Telecanal aumentan su programación cultural informada. CHV lidera este incremento con un 10% más que el año anterior. Los canales con una mayor caída en la cantidad de horas informadas como culturales son TVN y La Red con un -39% y -37% respectivamente en relación al 2021. Para el caso de TVN es importante mencionar que el año 2021 fue uno de los canales con mayor cantidad de programas informados como culturales con 1007 horas fiscalizadas. Una situación similar ocurre con Canal 13 que muestra un 15% menos de horas de programación cultural informada, respecto al año anterior.

**Gráfico n° 2: Horas Programación cultural fiscalizadas por mes**  
Base: 3.199 horas fiscalizadas



Se fiscalizaron 267 emisiones en promedio mensual. El *peak* de revisiones de la programación informada por los canales se genera en el mes de mayo (317), mientras que diciembre es el mes con menos fiscalizaciones (212).

**Gráfico n° 3: Resolución de Consejo sobre Programación cultural fiscalizada por Canal**  
Base: 3.628 emisiones fiscalizadas



De la totalidad de la programación informada como cultural por los canales y evaluada por la Unidad Cultural del Departamento de Fiscalización, el 87,4% fue aceptada como tal.

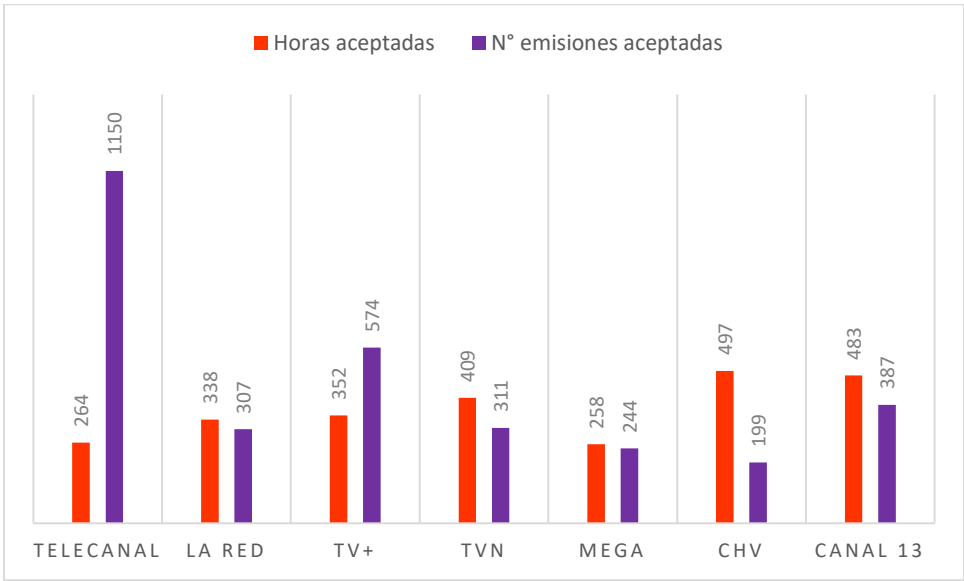
Toda la programación de Telecanal presentada como cultural fue aceptada por el Consejo como tal. A los cuatro programas con numerosas emisiones que informan desde el año 2021: *Reino animal*, *Caminando Chile*, *Conciertos de filarmónica de Viena* y *Redescubriendo el Yangtzé*, se agrega en 2022 *El Conciertazo*. Este programa es un instructivo de música clásica orientado para el público infantil. En cada capítulo, el conductor presenta una serie de obras de música clásica, ofreciendo explicaciones didácticas sobre el contenido de las obras, o de su contexto cultural.

Al igual que Telecanal, la totalidad de la programación informada como cultural por CHV, cumple con la normativa. A su vez, es el canal con la mayor alza de horas informadas (+10%) respecto del año anterior. CHV ha consolidado un espacio cultural de corte familiar los fines de semana en la tarde con *Sabingo*. Tanto Mega, TV+ y La Red casi la totalidad de su programación informada fue aceptada como cultural.

Por su parte, Canal 13 y TVN son los canales con un mayor porcentaje de emisiones rechazadas, a la vez que son los canales que más emisiones informan como culturales. Ambos mantienen su proporción de rechazo de años anteriores, en torno al 30% para TVN y 40% para Canal 13.

**Gráfico n° 4: Programación cultural Aceptada por Consejo, según Canal 2022 (horas y emisiones)**

Base: 2.601 horas / 3.172 emisiones totales aceptadas



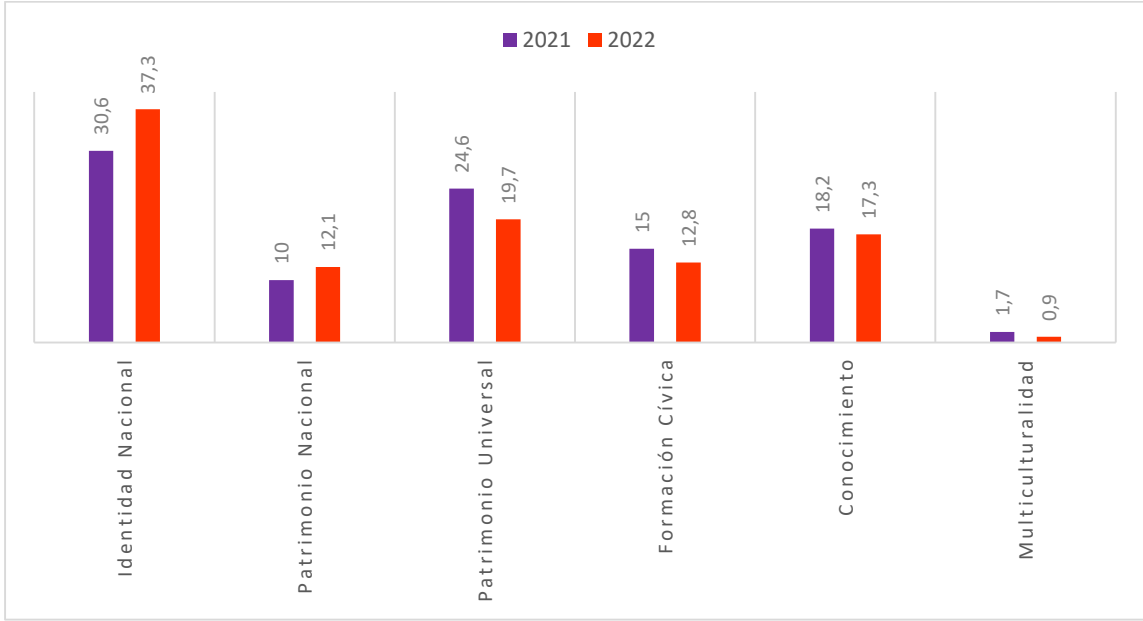
El gráfico n° 4 muestra que Telecanal y TV+ tienen la mayor cantidad de emisiones aceptadas. Para ambos casos hay que tener presente que la mayor cantidad de emisiones que horas tiene que ver

con la duración de los programas; ej. en Telecanal, el micro reportaje *Caminado Chile*, tiene 705 emisiones en el año analizado, pero cada uno de sus capítulos dura alrededor de 2 minutos.

Los canales con más horas aceptadas son: CHV y Canal 13 con 497 y 483 respectivamente. Mega, por su parte, es el canal con menor cantidad de horas aceptadas.

A continuación, se presentan datos sobre los motivos de aceptación, cuya distribución depende de lo informado y emitido por los propios canales de televisión. Además, se entrega una breve descripción de los criterios generales utilizados por la Unidad cultural del Departamento de Fiscalización de cada una de las causales determinadas por la norma cultural.

**Gráfico n° 5: Motivos de aceptación de programación cultural**  
 Base: 3.172 emisiones aceptadas



La mayor oferta de programación cultural de los canales trata sobre la **identidad nacional**, en consecuencia, también la mayor proporción de programación aceptada (37,3%) responde a este tipo de contenidos, 7% más que el año 2021. Este criterio se relaciona con - según dice la propia norma- a las fiestas y celebraciones costumbristas. Se refiere, principalmente a las tradiciones que realzan la identidad como pueblo creando una filiación, en semejanza con cada punto de nuestra geografía.

El **patrimonio universal** destaca como segundo motivo de aceptación -y de volumen de oferta- con un 19,7%. Este se asocia, generalmente, a un conjunto de bienes valiosos, materiales o inmateriales, de relevancia para la humanidad en su conjunto.

En tercer lugar, el **conocimiento** se sitúa dentro de las causales más invocadas en la aceptación de la programación cultural por parte del Consejo, con un 17,3%. Los programas que presentan estos contenidos son principalmente programas que apuntan a la ciencia, a la ecología, y a las humanidades.

La **formación cívica** se posiciona en cuarto lugar con un 12,8%. Los programas que presentan este tipo de contenido apuntan no solo a la coyuntura política, sino que también temáticas de interés ciudadano como la economía a escala, la ecología, problemáticas sociales, así como contenidos que se refieren a aprender a vivir con uno mismo y con los demás, lo que incluye liderazgo, conductas solidarias hacia otras personas, la resolución de conflictos en cuanto a lograr una convivencia armónica, además, de inculcar el desarrollo personal.

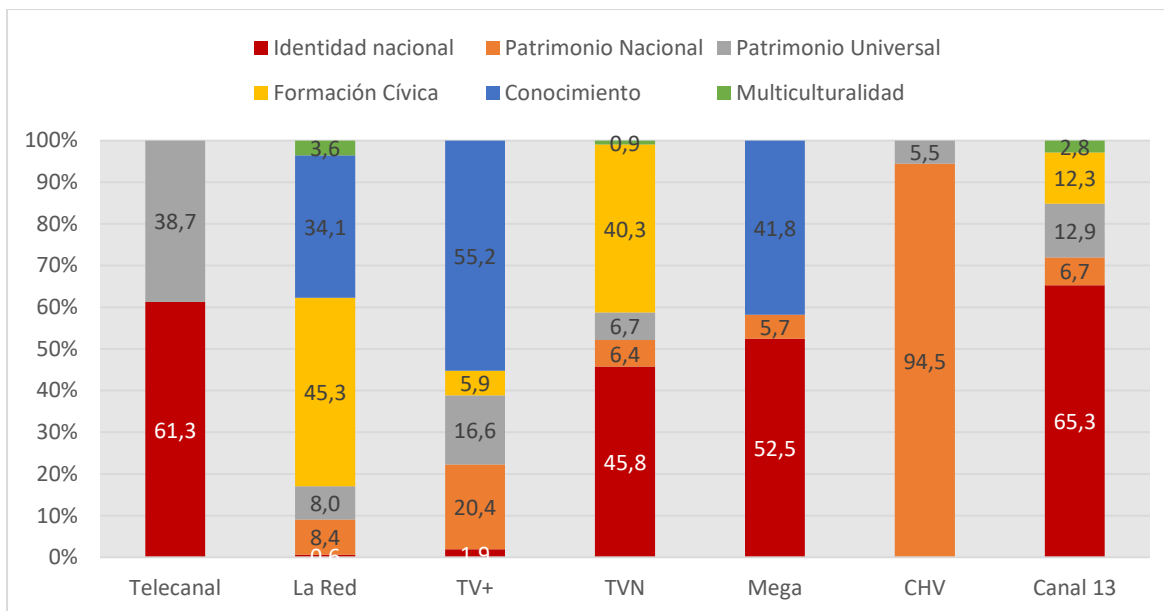
El **patrimonio nacional** es el quinto motivo más invocado por el Consejo (12,1%) para aceptar un contenido como cultural. Esta se complementa generalmente con criterio de Identidad nacional, debido al reconocimiento de tradiciones, costumbres, geografías, edificaciones, obras artísticas, artistas, personajes y lugares que son parte de la historia y de la identidad como país.

Por último, la **multiculturalidad** tiene una presencia marginal entre los contenidos culturales informados y aceptados en 2022. Solo tres programas incluyen este tipo de contenidos: *Chilezuela* (La Red), *Cocina sin fronteras* (Canal 13) y *Diario de un viajero* (TVN). Este motivo hace referencia a la pluralidad de identidades que caracterizan a los grupos y las sociedades que componen la humanidad.

El siguiente gráfico ofrece el panorama general del tipo de programación informada y aceptada en el caso de cada canal en el año 2022.

**Gráfico n° 6: Perfil programación informada, por canal y motivo de aceptación**

Base: 3.172 emisiones aceptadas



### Telecanal

La programación cultural de Telecanal se distribuye entre dos criterios de aceptación: identidad nacional (61,3%) y patrimonio universal (38,7%), y se compone de cinco programas. Uno de ellos, *Caminando Chile*, contiene elementos de identidad nacional, y cuatro tratan sobre el patrimonio universal. Uno de ellos, *Reino Animal*, trata sobre la biodiversidad animal en el mundo; dos sobre contenidos musicales, como los conciertos de la filarmónica de Viena; uno sobre conversaciones y enseñanzas sobre música clásica y sus autores (*El Conciertazo*); y otro sobre riquezas naturales y culturales como es el programa *Redescubriendo el Yangtsé*.

### La Red

La Red ofrece programación cultural diversa, con alto porcentaje de programas que aportan contenidos para la formación cívica de las audiencias. Ejemplo de estos serían programas de corte político como *Pauta Libre*, el programa de entrevista *Poder y Verdad*, el espacio de conversación del conductor Checho Hirane, *Café Cargado* y el informativo sobre el proceso constituyente en curso *La Redacción Constitucional*. Sin embargo, la mayor parte del contenido de formación cívica se concentra en espacios de discusión sobre temas de interés general y ciudadano, como *Cultura Verdadera* y *Página vital* del conductor Pablo Simonetti, además del programa de investigación periodística *Jaque Matus*. Al mismo tiempo, los espacios de emisión de documentales en relación a

hechos históricos y personas involucradas en estos hechos se consideran como un aporte a la formación cívica. Asociado a este criterio se encuentra también un programa infantil como *Plaza Sésamo* cuyo aporte es el de inculcar valores de sociabilidad y aprendizaje a los niños y niñas.

#### **TV+**

En la programación cultural de TV+ priman propuestas que entregan elementos del conocimiento científico y humanidades como el programa misceláneo *Curiosidades*, y de contenido histórico como *El precio de la Historia*, así como espacios biográficos de grandes científicos o pensadores como el programa *Genios*. Le sigue con un 20,4% programas que tratan la identidad nacional como la producción con financiamiento del Fondo CNTV *Inmigrantes* y un programa de recorrido nacional como *Vagamundo en ruta*. Con un 16,6% se encuentra programas que muestran el Patrimonio universal con una gran variedad de programas entre los que destacan *Washington*, *Gigante de los motores*, *Guerra de espías*, *101 inventos que cambiaron el mundo*, entre otros.

#### **TVN**

El 86,1% de la programación cultural de TVN es aceptada por asociarse a la identidad nacional (45,8%) y formación cívica (40,3%). Entre los programas que se vinculan con la identidad nacional, se cuentan *Algo habrán hecho por la Historia de Chile*, *Chile Conectado*, *La ruta del agua*, *Un lugar en el tiempo*, *Mar adentro*, entre otros. Por su parte, los programas vinculados a la formación cívica se componen tanto de contenidos políticos y ciudadanos, como deportivos como, por ejemplo, los *Juegos Olímpicos de invierno Beijín 2022* y artísticos como *Bestia*, *camino al Oscar* y *Circo Islasana*.

#### **MEGA**

El 94,3% de la programación cultural de MEGA aceptada responde a dos criterios: 52,5% identidad nacional y 41,8% conocimiento. Tres programas integran el primer grupo: *Disfruta la ruta*, *Plan V* y *De aquí vengo yo*. Los espacios que entregan conocimientos se concentran en un programa: *Kilos mortales*. Un 5,7% de emisiones aceptadas se relacionan con el patrimonio nacional por dos programas: *Selección nacional* y *No me olvides*.

#### **CHV**

La programación cultural de CHV se acepta casi en su totalidad (94%) y se vincula con el criterio relativo al patrimonio nacional. Básicamente son programas de recorrido por diferentes partes del país y la región, que muestran culturas locales, desde lo culinario, tradiciones y costumbres, geografía, riquezas naturales, pero también contenidos que muestran emprendimientos

particulares a nivel personal y familiar. El 5,5% restante aceptado se refiere a contenidos asociados al patrimonio universal y lo componen dos programas: la serie documental con financiamiento del Fondo CNTV *Secretos ancestrales*, y el reportaje de recorrido *Fatto en Italia*.

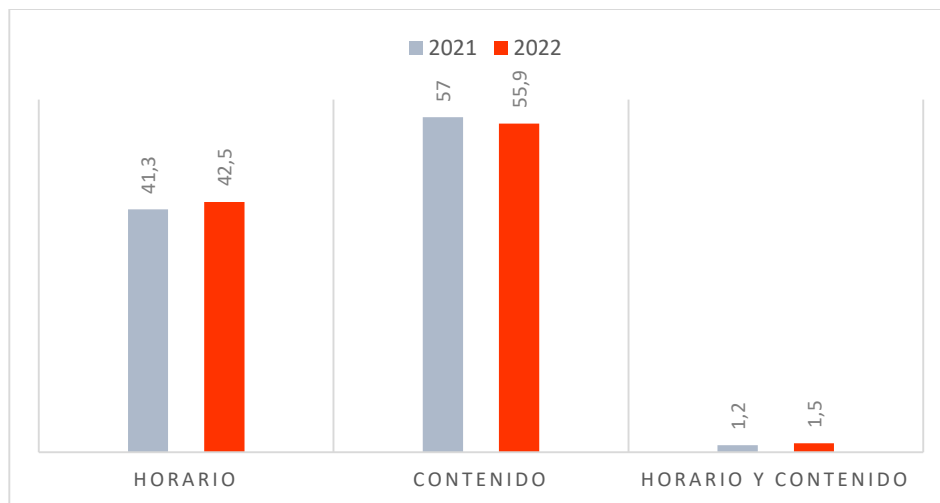
### Canal 13

El 65% de la programación cultural de Canal 13 es aceptada porque sus contenidos se asocian con el tratamiento de la identidad nacional. En esta programación encontramos programas como *Lugares que hablan*, *Crónicas de la Patagonia*, *De cuchara*, *Somos caleta*, *Tiempos de barrios*, *Siempre hay un chileno*, *Sabor capital*, *Recomiendo Chile*, entre otros. Un 12,9% de los programas aceptados se refieren al patrimonio universal, que incluye propuestas como *Maravillas del mundo*, *Buscando a Dios*, *City tour on tour*, y *Sabores con historia*, mientras que un 12,3% de programas son aceptados por asociarse a la formación cívica. En este grupo se encuentran programas como *Mesa central*, *Radiografía constitucional* y *Café social*.

La **programación rechazada** representa un 12,6% del total de emisiones fiscalizadas y sus motivos son los siguientes:

**Gráfico n° 7: Motivos de rechazo de programación cultural (emisiones)**

Base: 456 emisiones rechazadas

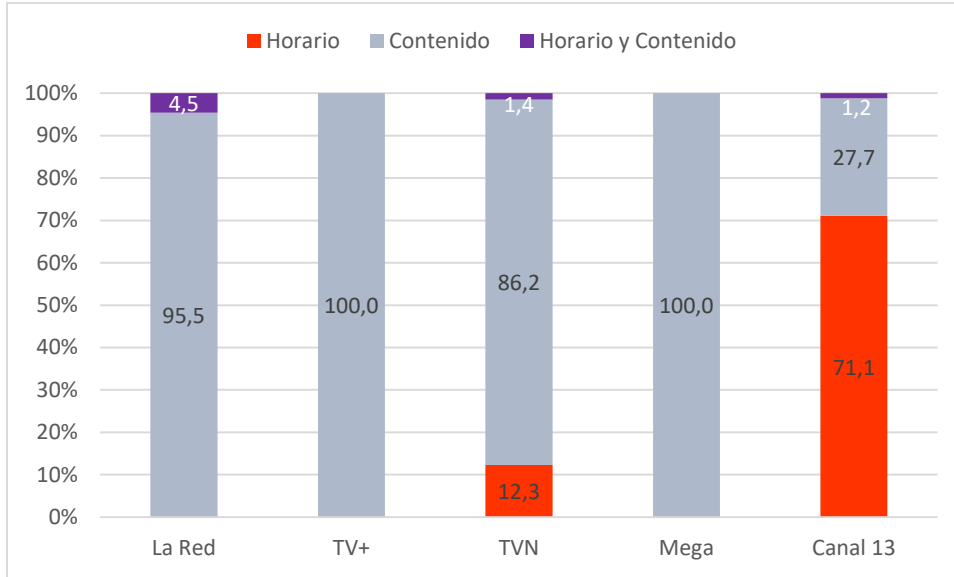


El gráfico n° 7 muestra que, a pesar que la mayor parte de las emisiones (55,9%) son rechazadas por no cumplir con los contenidos culturales, hay un significativo 42,5% rechazado sólo por incumplimiento del horario (cumpliendo con el contenido), es decir, más allá de la programación aceptada por el Consejo, hay una mayor presencia de contenidos culturales en la pantalla.



**Gráfico n° 8: Motivos de rechazo de programación cultural por Canal (emisiones)**

Base: 456 emisiones rechazadas



Como se observa en el gráfico n° 8, Canal 13 es el canal con la mayor cantidad de emisiones rechazadas (39%, Gráfico n°3). Sin embargo, en su caso específico el 71,1% de los rechazos se deben al incumplimiento de horario, vale decir, son programas que tienen contenidos culturales que se emiten fuera del horario normativo.

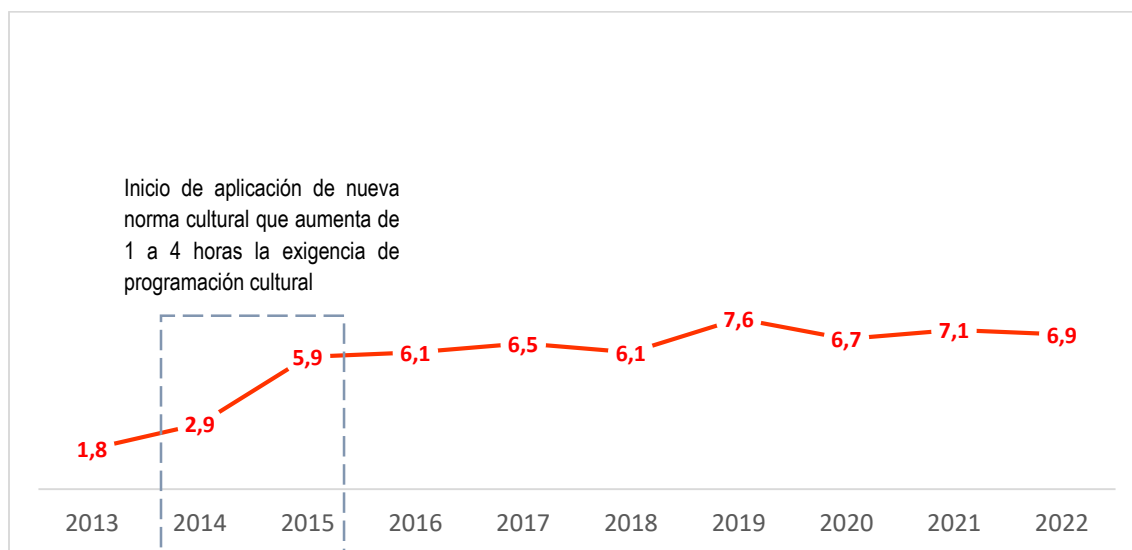
En el caso de TVN, la mayor parte de la programación informada es rechazada por no responder a criterios de contenidos culturales. Hay un 12,3% que es rechazada sólo por horario, cumpliendo con contenidos culturales.

En el caso de los demás canales, el rechazo de la programación informada como cultural, es rechazada en su totalidad por no responder a criterios de contenidos culturales.

## II. PROGRAMACIÓN CULTURAL EN LA TELEVISIÓN ABIERTA

En este apartado se muestra cómo se distribuye la programación cultural aprobada por el CNTV en la pantalla en general en relación a la programación total de la TV abierta, por canal, días de emisión, franjas horarias en que se ubica; también se identifica género televisivo y contenidos específicos.

**Gráfico N° 9. Presencia de programación con contenido cultural total por año (%)<sup>4</sup>**

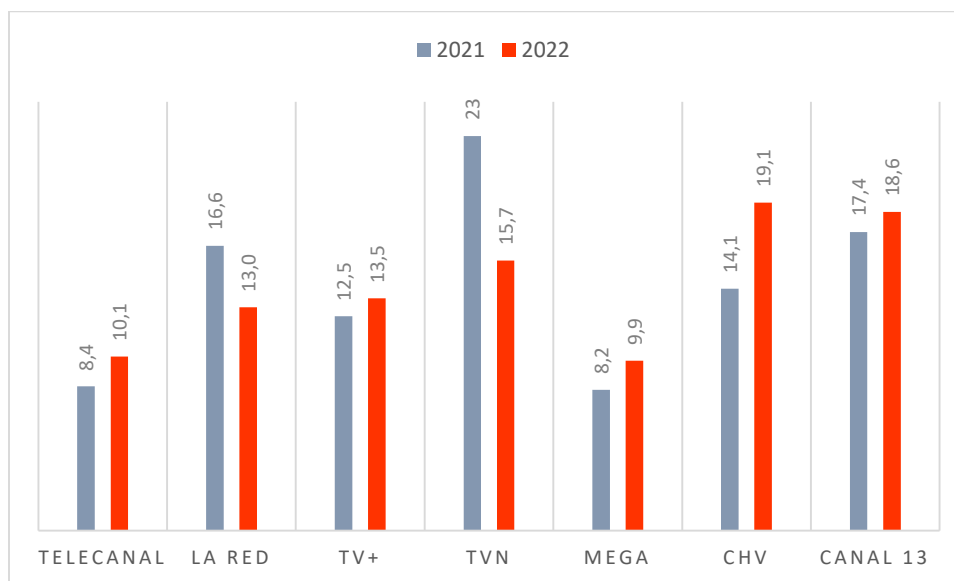


Este gráfico da cuenta de un evidente aumento de la oferta de programación cultural una vez iniciada la implementación de la nueva normativa cultural en octubre del año 2014, con un promedio de un 7% de oferta de contenidos culturales en pantalla entre 2016 y 2022. La estabilidad de esta tendencia sugiere que se ha conformado una franja clara que responde a este tipo de programación.

<sup>4</sup> Estos datos provienen de la base de datos del Anuario Estadístico de Oferta y Consumo de TV abierta 2022 en el cual se consideran como cultural todos los programas que en algún momento el CNTV aprobó como tales, independiente del horario emitido y si fue informado al CNTV en el año de análisis.

**Gráfico N° 10. Presencia programación cultural, por canal y año (%)**

Base: 2.601 horas aceptadas



Del total de horas aprobadas por el CNTV como culturales, el canal con mayor porcentaje de este tipo de contenidos en el año 2022 es CHV (19,1%), seguido por Canal 13 (18,6%) y TVN (15,7%). Mega es el canal con menor presencia de este tipo de programación (9,9%) en el total de la TV abierta.

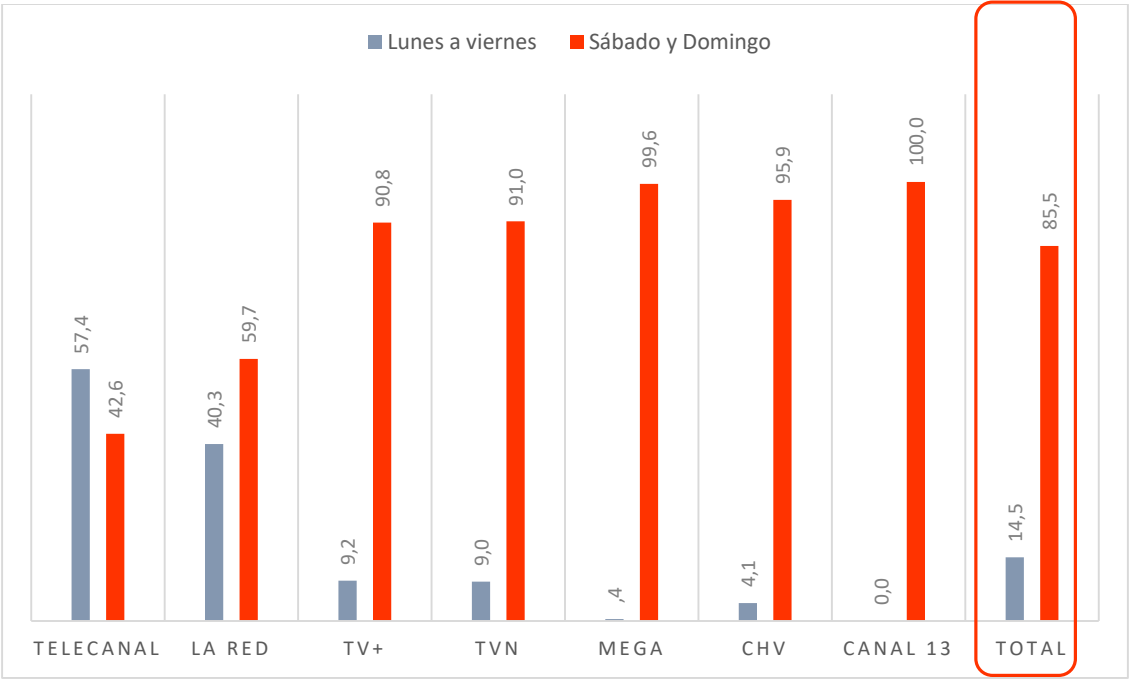
En relación al 2021, solo dos canales redujeron el porcentaje de programación cultural: TVN (-7,3%) y La Red (-3,6). CHV es el canal que muestra el mayor incremento en la presencia de oferta cultural (5%) en relación al 2021, seguido por La Red y Canal 13.

**Tabla N°2. Programación cultural aceptada por canal**

Canal	Horas anuales	Horas semanales (52 semanas 2022)	% respecto al total de programación cultural	% respecto a propia programación
Telecanal	264	5,1	10,1	3,7
La Red	338	6,5	13,0	4,4
TV+	352	6,8	13,5	5,1
TVN	409	7,9	15,7	7,8
Mega	258	5,0	9,9	7,4
CHV	497	9,6	19,1	7,9
Canal 13	483	9,3	18,6	9,2
<b>Total</b>	<b>2601</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>	<b>6,9</b>

La cantidad de horas semanales durante el 2022 sobrepasó ampliamente las cuatro horas exigidas por la norma en la mayoría de los canales. Los canales que tienen mayor cantidad de horas semanales destinadas a contenido cultural son CHV, con más de 9,6 horas semanales; Canal 13, con 9,3 horas a la semana y TVN con 7,9 horas a la semana.

**Gráfico N° 11. Presencia de programación cultural, por día de la semana (%)**  
 Base: 2.601 horas aceptadas



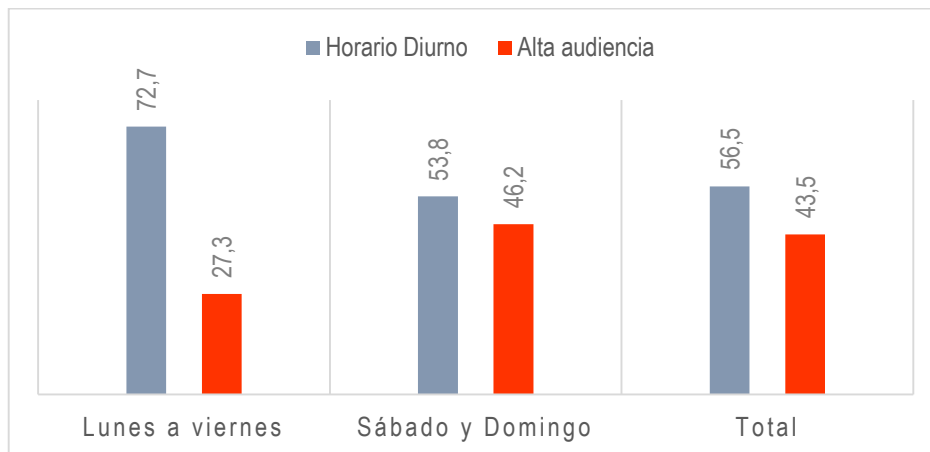
La programación cultural se concentra en un 85,5% los fines de semana.

Telecanal es la única estación cuya oferta cultural se emite en mayor medida de lunes a viernes, en tanto la programación cultural de TV+ se distribuye equilibradamente entre distintos días.

En los demás canales, casi la totalidad -o toda- se emite los sábados y domingos.

**Gráfico N° 12. Programación cultural aceptada, por bloque horario (%)**

Base: 2.601 horas aceptadas



En general, la emisión de la programación cultural se encuentra en horario diurno, entre las 9:00 y 18:00 horas.

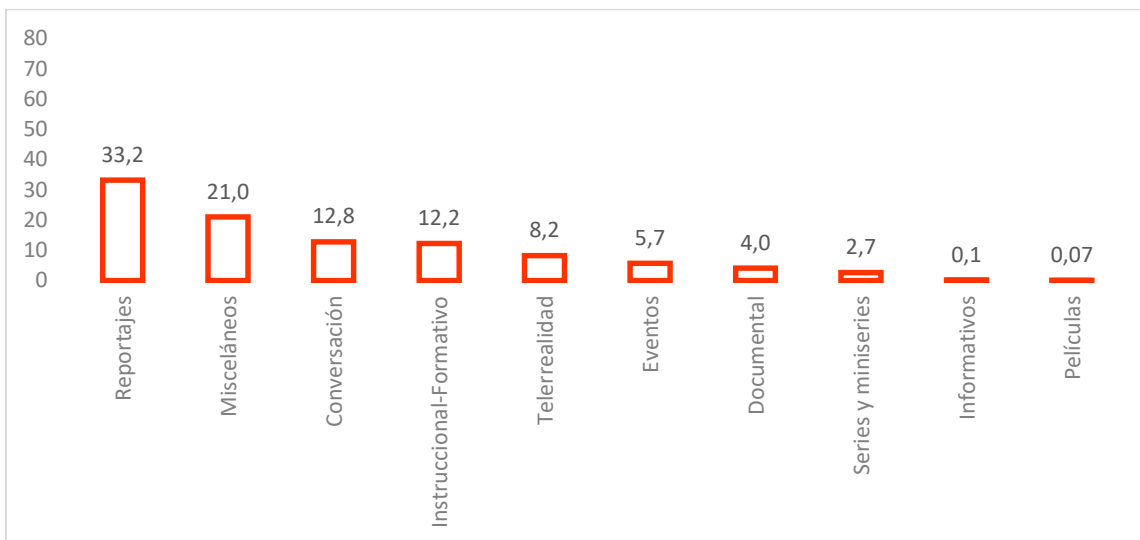
La mayor parte de la programación emitida de lunes a viernes se ubica en horario diurno: La Red (46,9%), Telecanal (21,2%), TVN (19,5%), CHV (10%) y TV+ (1,6%) tienen oferta cultural de lunes a viernes en ese horario, en especial, el día viernes.

La programación cultural de los días sábado y domingo se distribuye de manera equitativa entre ambos horarios normativos, primando la franja que va de 9:00 a 18:00 horas, con una mayor diversidad de contenidos en comparación a los días de semana.

Un dato general que hay que tener en cuenta es que del total de programación cultural hay un 19,3% que se emite fuera del horario normativo, ya sea en horario matinal o trasnoche.

**Gráfico N° 13. Programación cultural, por género televisivo (%)**

Base: 2.601 horas aceptadas



En los programas culturales priman los reportajes por sobre el resto de los géneros. Cabe considerar que los programas definidos como reportajes se han ampliado más allá de la investigación periodística, e incluyen el quehacer social de interés común, considerando un trabajo previo de indagación de las temáticas a tratar en pantalla, desde reportajes de denuncia hasta contenidos que reflejen la identidad y el patrimonio universal y nacional, por ejemplo.

Por otra parte, el género misceláneo es el segundo con mayor presencia en la programación cultural. Cabe consignar, no obstante, que se encuentra determinado por el espacio cultural *Sabingo* en el que convergen distintos tipos de géneros que componen su programación.

Los programas de conversación se sitúan como el tercer género con mayor presencia en la programación cultural, en los que la discusión política y sobre temas de interés general y ciudadano componen gran parte de su contenido.

La tabla a continuación muestra qué tipo de contenidos componen los programas aceptados como culturales según criterio de aceptación.

**Tabla n°3. Programación cultural aceptada por tipo de contenidos (%)**

Base: 2.601 horas aceptadas

TIPO DE CONTENIDO	CAUSALES DE ACEPTACIÓN						Total
	Identidad Nacional	Patrimonio Nacional	Patrimonio Universal	Formación Cívica	Conocimiento	Multiculturalidad	
Actividad productiva/Innovación	-	-	-	0,7	-	-	0,1
Artístico	-	6,6	8,9	0,4	0,3	-	3,4
Cívico/Político	-	0,4	-	45,9	0,8	-	9,0
Conmemorativo	1,1	-	-	0,9	-	-	0,4
Conocimiento científico y humanidades	-	-	3,0	0,4	11,4	-	2,3
Culinario	6,5	10,1	0,5	-	0,0	22,3	4,3
Educativo	-	-	-	20,6	27,8	-	7,9
Deportivo/Actividad física	-	-	7,4	14,3	-	-	4,1
Ecología/Naturaleza/Medio ambiente	6,0	0,3	41,7	0,6	-	-	9,5
Esparcimiento	-	0,4	-	-	-	-	0,1
Denuncia/Investigación periodística	-	-	-	2,2	-	-	0,4
Historias de vida	20,3	2,3	-	0,8	-	-	5,3
Histórico/Biográfico	1,4	3,2	26,3	2,1	34,0	-	11,3
Identidades locales, costumbres y tradiciones	13,7	75,2	0,5	0,6	-	-	21,2
Recorrido por lugares e identidades de Chile	42,8	1,4	0,4	-	-	-	10,0
Recorrido por lugares y culturas del mundo	8,2	-	10,3	-	-	8,7	3,9
Religioso	-	-	1,0	-	-	-	0,2
Salud, autocuidado, alimentación	-	-	-	5,5	25,8	-	4,7
Servicio/orientación	-	-	-	4,8	-	69,0	1,8
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Del total de horas aprobadas como culturales en el año 2022, el 61% corresponde a cinco tipos de contenidos: Identidades locales, costumbres y tradiciones (21,2%), Histórico/Biográfico (11,3%), Recorrido por lugares e identidades de Chile (10%), Ecología/Naturaleza/Medio ambiente (9,5%) y Cívico/Político (9%). A continuación, se presenta un breve perfil de cada uno de los criterios de aceptación según tipos de contenidos de los programas:

### Identidad nacional

Este motivo se compone mayormente por dos tipos de contenidos, que concentra el 63,1%: *Recorrido por lugares e identidades de Chile* e *Historias de vida*. El primero trata de programas cuyo foco está en el viaje. A partir de esto se muestran distintas geografías e identidades asociadas a esta, sin profundizar en la identidad del lugar y sus personajes. En esta categoría se encuentran programas como *Lugares que hablan* (Canal 13), *Vamos por el día* (TVN), *Chile conectado* (TVN), *Un lugar en el tiempo* (TVN), entre otros. Los programas vinculados a historias de vida son espacios que

se centran en la vivencia y experiencia de los protagonistas. Se cuenta su historia más allá de una temática particular. Estos contenidos agrupan programas como: *Este es mi mundo* (TVN), *Años después ¿Con qué sueñas?* (Canal 13), *Chile Íntimo* (TVN), *De aquí vengo yo* (Mega), *Emancipadas* (La Red), *El Agente Topo*, *Confines carcelarios* (La Red), *Inmigrantes* (TV+) y *Chile ancho* (TVN).

### **Patrimonio nacional**

El 75,2% de los programas aceptados por motivos de patrimonio nacional, son espacios cuyos contenidos se concentran en las identidades locales, costumbres y tradiciones como, por ejemplo, la incluida en el contenedor *Sabingo* (CHV), *Crónicas de la Patagonia* (Canal 13), el programa con financiamiento del Fondo CNTV *Secretos Ancestrales* (CHV), *Caminado Chile* (Telecanal), *Tiempos de Barrios* (Canal 13), *Somos caleta* (Canal 13), *Pescadores de alta mar* (TVN) entre otros. Hay un 10% de programación de este tipo asociada a programas culinarios. Este tipo de contenidos se presenta en programas como: *Sabores sin límites* (TV+ y Fondo CNTV), *No me olvides* (Mega), *De cuchara* (Canal 13), *Selección nacional* (Mega), *Cocina sin Frontera* (Canal 13), *Recomiendo Chile*, *Sabor capital* – ambos emitidos por Canal 13- entre otros.

### **Patrimonio universal**

Los programas aceptados en esta categoría son de los dos más diversos en contenidos. El 41,7% se refiere a la ecología y naturaleza, en que prevalece el programa emitido por Telecanal, *Reino animal*, que es el programa cultural de mayor oferta en esta estación. Luego, con un 26,3% están los contenidos históricos/biográficos, en donde se presentan hechos y personajes de la historia, pero también del ámbito de la cultura, de las artes, de las ciencias y del deporte.

Le siguen con un 10,3%, contenidos referidos a recorrido por lugares y culturas del mundo, en los que, a través de viajes, se muestran otras partes del planeta: su geografía, su cultura, sus tradiciones. Incluye programas como; *Maravillas del mundo* (Canal 13), *Buscando a Dios* (Canal 13), *Diarios de un viajero* (TVN), *City tour on tour* (Canal 13), *Siempre hay un chileno* (Canal 13) entre otros.

Siguen otros contenidos como los artísticos (8,9%) y deportivos (7,4%). Entre estos últimos se encuentran *JJ.OO. de Invierno Beijing 2022*, *Mundial de atletismo indoor*, *XII Juegos Suramericanos Asunción 2022*, *Mundial de Gimnasia Trampolín*, *Copa del Mundo Triatlón Viña 2022* y *Mundial de Gimnasia Artística Liverpool 2022*, todos emitidos por TVN.

### **Formación cívica**

Los programas definidos como culturales y que responden a este criterio, presentan diversidad de contenidos, desde aquellos dedicados a la coyuntura política, hacia temáticas ciudadanas, programas educativos, deportivos y de salud y autocuidado que abordan otra dimensión de la formación cívica.



En primer lugar, se encuentran contenidos cívicos/políticos con un 45,9%. Dentro de esta categoría es posible distinguir que un 88,5% son programas específicamente políticos como *Estado Nacional* (TVN), *Mesa Central* (Canal 13), *Café Cargado* (La Red), *Convención Constitucional* (TVN), *El País que queremos* (TVN) *Mejor hablar* (TVN) *Pauta libre* (La Red) *Poder y Verdad* (La Red) y *Radiografía constitucional* (Canal 13). En el total de la programación cultural estos programas políticos abarcan un 7,2% de su tiempo de oferta.

Dentro de la categoría Cívico/Político también hay un 11,5% que corresponde a contenidos concernientes a intereses ciudadanos, como algunas emisiones de *Mentiras Verdaderas*, *Página vital*, la *Redacción constitucional* todo transmitidos por La Red.

También se contempla otro tipo de contenidos que amplían la visión de la formación cívica, al incluir programación con contenidos educativos (20,6%), a través del espacio infantil *Plaza Sésamo* (La Red); programas deportivos (14,3%) principalmente vinculados a la transmisión de los *Juegos Olímpicos de Invierno Beijing 2022*, además de diversas competencias deportivas en que se dan a conocer y promueven otras disciplinas deportivas, todos estos emitidos por TVN. Hay un 5,5% en programas con contenidos de salud y autocuidado. Aquí destaca el programa *Kilos Mortales* de Mega cuyo contenido apuntaría al autocuidado y al desarrollo personal. Por último, se registra un 4,8% de programas asociados con la formación cívica cuyos contenidos son de servicio y orientación, como *Chilezuela*, emitido por La Red que promueve la cooperación y la integración de inmigrantes venezolanos en Chile.

### **Conocimiento**

Los programas aceptados como culturales asociados al criterio “Conocimiento” se agrupan principalmente en cuatro tipos de contenidos: 34% corresponde a contenidos históricos/biográficos; 27,7% a contenidos educativos (*Plaza Sésamo* puntualmente); 25,8% a salud, autocuidado y alimentación, y 11% a conocimiento científico. En términos amplios, la historia y las biografías de personajes de relevancia histórica y/o pública marcan en gran medida los programas aceptados en esta categoría.

### **Multiculturalidad**

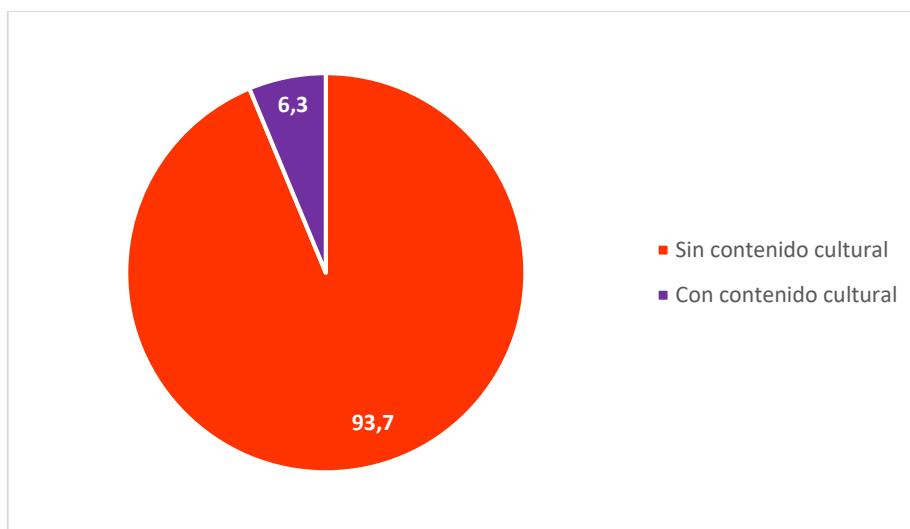
En 2022 solo un 0,9% de las propuestas aceptadas estuvo asociada al criterio “multiculturalidad”. Esto la reduce solo a dos programas: *Chilezuela* (La Red) y *Cocina sin fronteras* de Canal 13.

### III. CONSUMO DE PROGRAMACIÓN CULTURAL

En este capítulo se presentan cifras de consumo de programas con contenido cultural en TV abierta derivado de su definición normativa. Esto quiere decir, todas aquellas emisiones cuyos contenidos fueron aceptados por el Consejo como culturales.

**Gráfico N° 14. Tiempo consumo de programación cultural vs consumo general (ATV %)**

Base: 699 horas de consumo 2022<sup>5</sup>



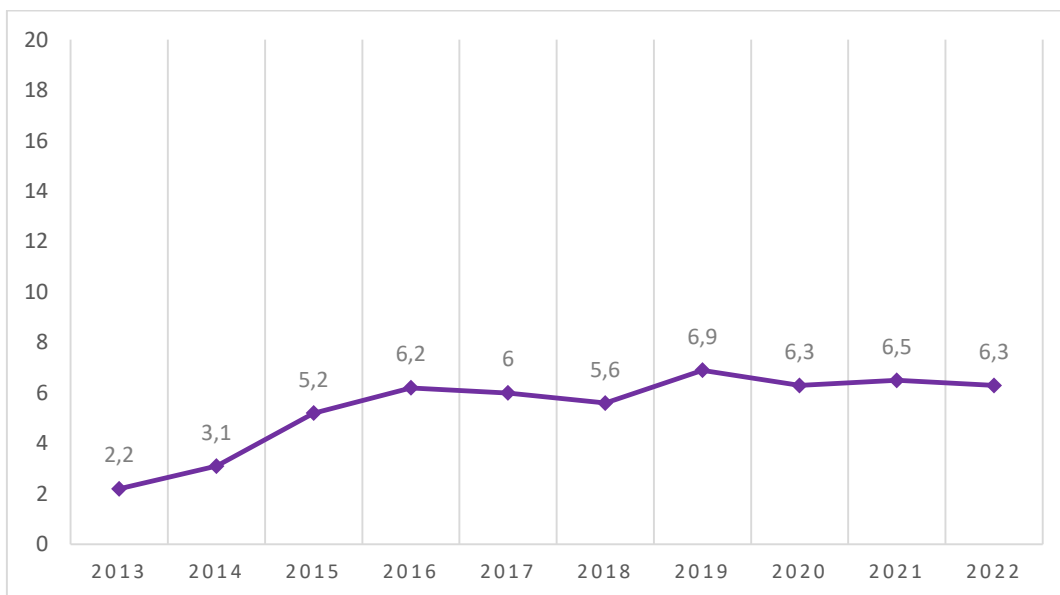
En términos generales, el total de tiempo de visionado de programación cultural en el año 2022, alcanza el 6,3% del total de oferta de TV abierta, lo que equivale a 41 horas promedio por persona en el año.

La proporción se ha mantenido estable desde 2016, como se puede apreciar en el gráfico 15.

<sup>5</sup> Este cálculo se realiza sin datos de audiencia de Telecanal, ya que este canal no participa del estudio People Meter desde febrero del año 2017.

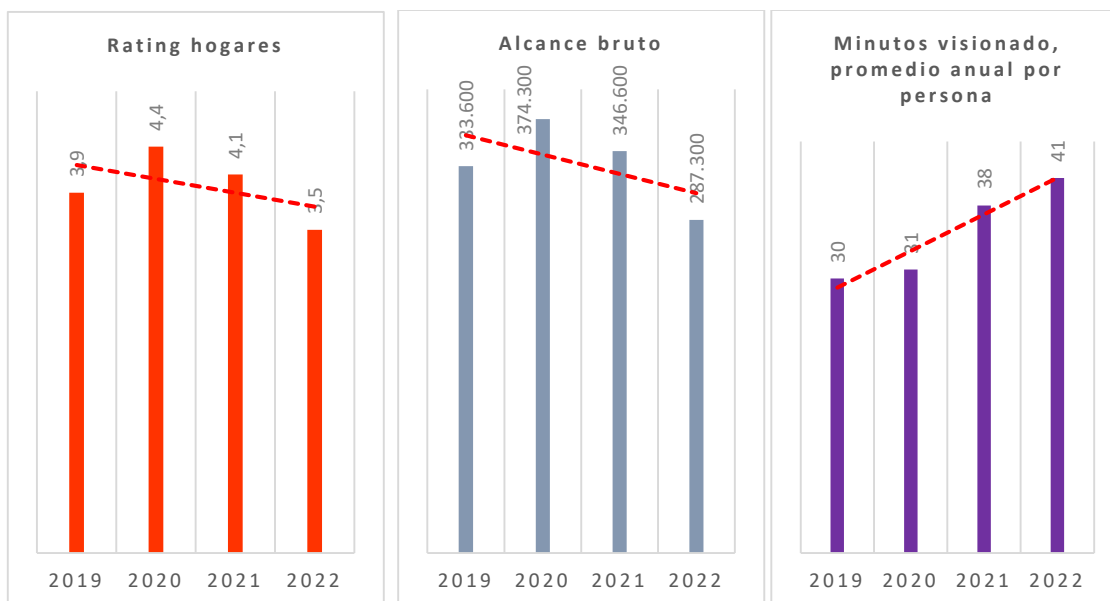
**Gráfico N°15. Consumo de programación cultural 2013 - 2022 (ATV%)**

Base: 699 horas de consumo estimados 2022



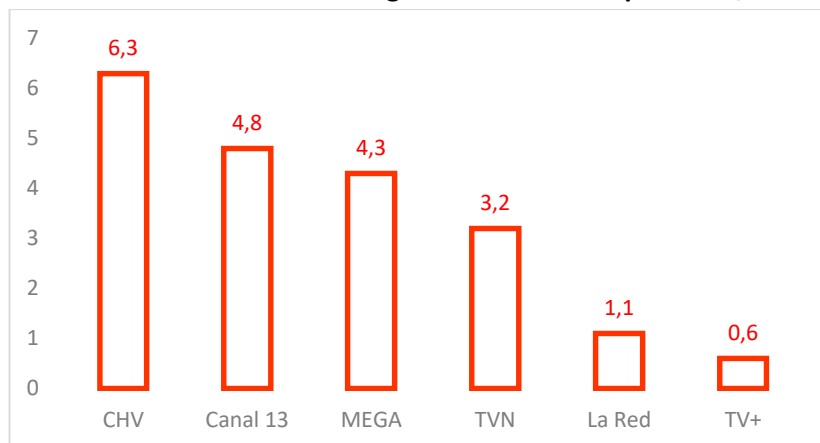
Se destaca el incremento de más de cuatro puntos porcentuales entre el año en que se comienza a implementar la nueva norma cultural (octubre 2014) y el 2016, cuando ya está operativa. Este incremento sugiere que mientras mayor sea la oferta de programación cultural aceptada por el Consejo dentro del nuevo marco normativo – que amplía los contenidos y formatos culturales - también aumenta su consumo y se mantiene estable.

**Gráfico N°16. Audiencia de programación cultural 2019 - 2022**



En los últimos cuatro años, la tendencia en la sintonía de la programación cultural es a la baja, tanto del rating como de cantidad de telespectadores, siguiendo la tendencia de la TV abierta en el último tiempo. No obstante, el consumo efectivo de TV, vale decir, el tiempo de las personas ante la pantalla, se ha mantenido, incluso en algunos públicos se ha incrementado. En el caso de la programación cultural, el tiempo de consumo promedio anual por persona ha aumentado de manera sostenida en los últimos cuatro años. Esto quiere decir que las personas que ven programación cultural, le destinaron más tiempo promedio a esta programación en 2022 que en años anteriores.

**Gráfico N°17. Sintonía de Programación Cultural por canal, 2022**



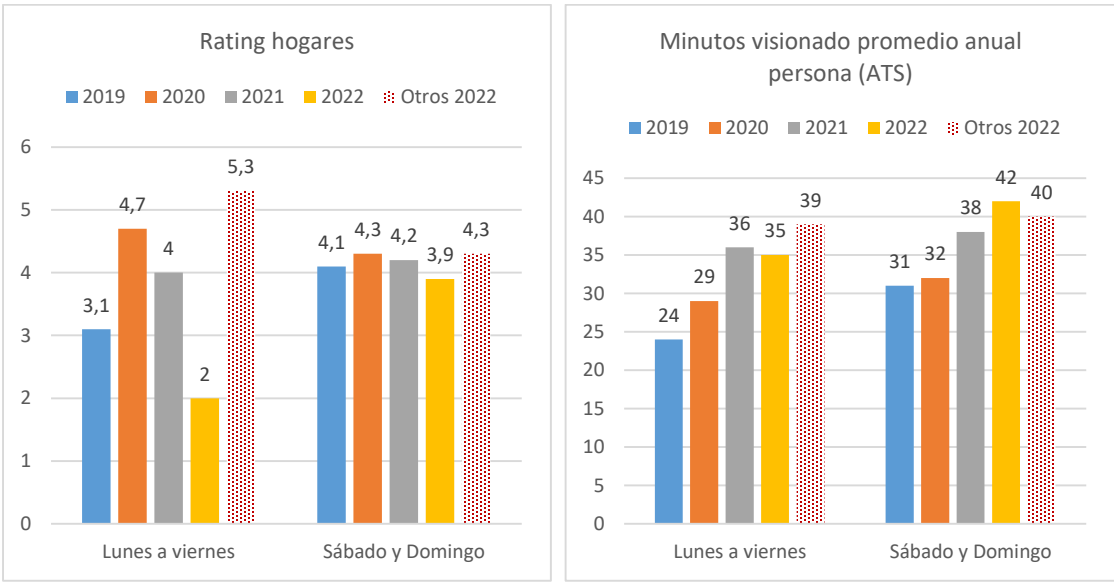
La sintonía de programación cultural por canal, muestra que CHV se mantiene como la estación con un mayor rating durante el año 2022, marcando bastante diferencia con respecto al segundo canal con mayor sintonía: Canal 13. Es importante destacar que ambos canales son los de mayor oferta cultural en TV abierta.

En un tercer lugar, se encuentran los espacios culturales de Mega, más cercano a Canal 13 a pesar de ser el canal con menor oferta de este tipo de contenidos.

En un lejano cuarto lugar están los programas culturales de TVN, que muestra la mitad de sintonía de CHV, teniendo, eso sí, una mayor cantidad de oferta cultural.

Los datos expuestos hasta aquí permiten obtener un panorama general con respecto a la audiencia de la programación cultural. En los gráficos siguientes se observa la sintonía de los programas y emisiones definidas como culturales en el año 2022, a partir de los días de emisión y horarios establecidos por la norma para ofertar contenidos culturales por TV.

**Gráfico N°18. Sintonía de programación cultural 2019 – 2022 por días de semana**

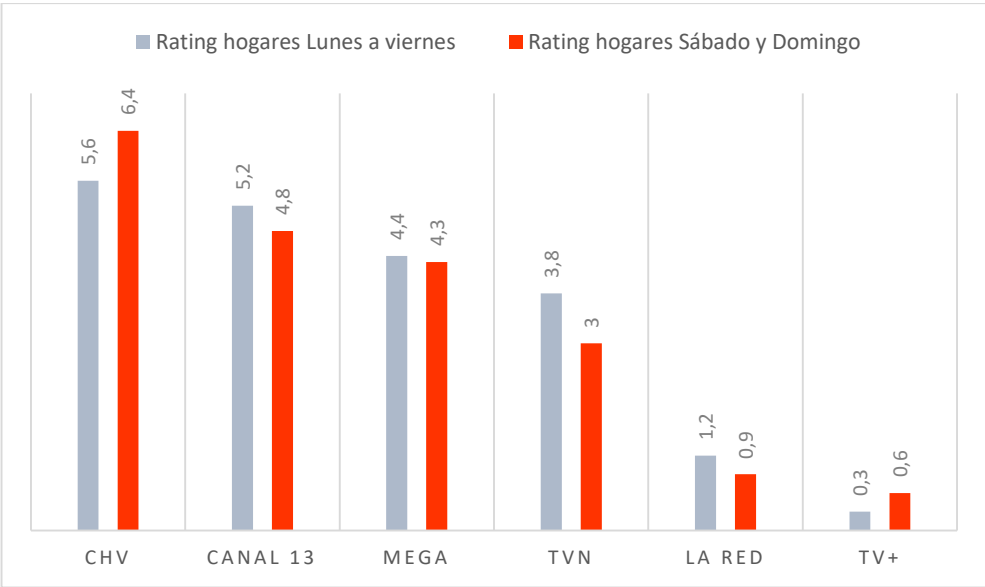


La programación cultural emitida de lunes a viernes, muestra un nivel de sintonía significativamente más bajo que otro tipo de programación. Además, cae notoriamente respecto a los contenidos culturales emitidos en años anteriores. La oferta cultural de la semana en el año 2022 se concentra casi en su totalidad en los días viernes con algunas emisiones del programa de conversación *Mentiras verdaderas* (La Red), algunas transmisiones de eventos deportivos como los *J100 de invierno de Beijín* y los *XII Juegos Sudamericanos de Asunción 2022* (TVN), así como algunos programas de contenido político/cívico como *Jaque Matus* (La Red), *La Redacción Constitucional* (La Red) y *24 Debates* de TVN, entre una mayor variedad de programas y contenidos.

La sintonía de la oferta cultural los fines de semana aumenta considerablemente en relación a la emitida de lunes a viernes. Sin embargo, sigue siendo más baja que los otros tipos de contenidos, además de mostrar una caída sostenida respecto a años anteriores.

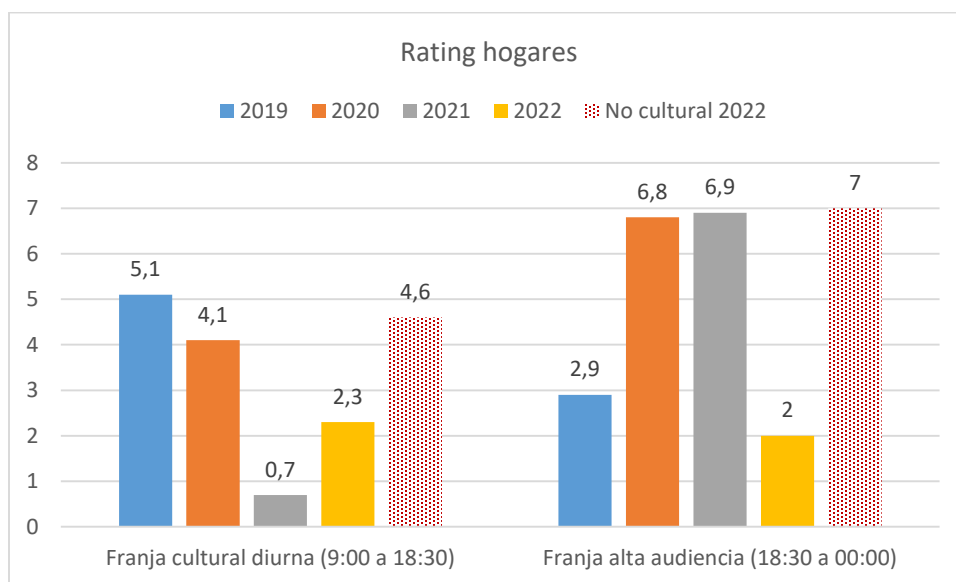
En lo que respecta al visionado efectivo (ATS: las personas que vieron al menos 1 minuto de esta programación), los años 2021 y 2022 marcan diferencia de manera notoria en comparación con años anteriores. De lunes a viernes el visionado de la programación cultural se encuentra por debajo de otro tipo de programas. Sin embargo, en el año 2022, el consumo efectivo de contenidos culturales durante los fines de semana, supera notoriamente al del año anterior.

**Gráfico N°19. Sintonía de Programación Cultural por canal y días de la semana, 2022**



Al desagregar la sintonía de programación cultural por días de la semana, se observa que CHV se mantiene como el canal con un mayor rating en su programación cultural, tanto en la semana como los fines de semana. Le sigue Canal 13 que se posiciona en segundo lugar, también, en ambos periodos. La programación cultural de Mega queda en tercer lugar mostrando equilibrio en la sintonía entre semana y fin de semana. TVN, por su parte, muestra una mejor sintonía de sus contenidos culturales de lunes a viernes, cayendo notoriamente los fines de semana. La Red y TV+ se mantienen como los canales con menor rating y más o menos equilibrados según los días de emisión. En el caso de la Red pesa la emisión de *Mentiras verdaderas* los días de semana.

**Gráfico N°20. Sintonía de programación cultural 2019-2022 por franja horaria – Lunes a Viernes**



El rating por hogares en horario prime (18:30 a 0:00) es más alto para la programación en general, incluida la cultural.

A continuación, se presenta un ranking de programas culturales emitidos de lunes a viernes en los dos bloques horarios establecidos por la norma en que destaca programas informados y aceptados como culturales que son cadenas nacionales como la Cuenta Pública y la parada militar. La escasa diversidad se debe a la baja oferta de programación cultural los días de semana:

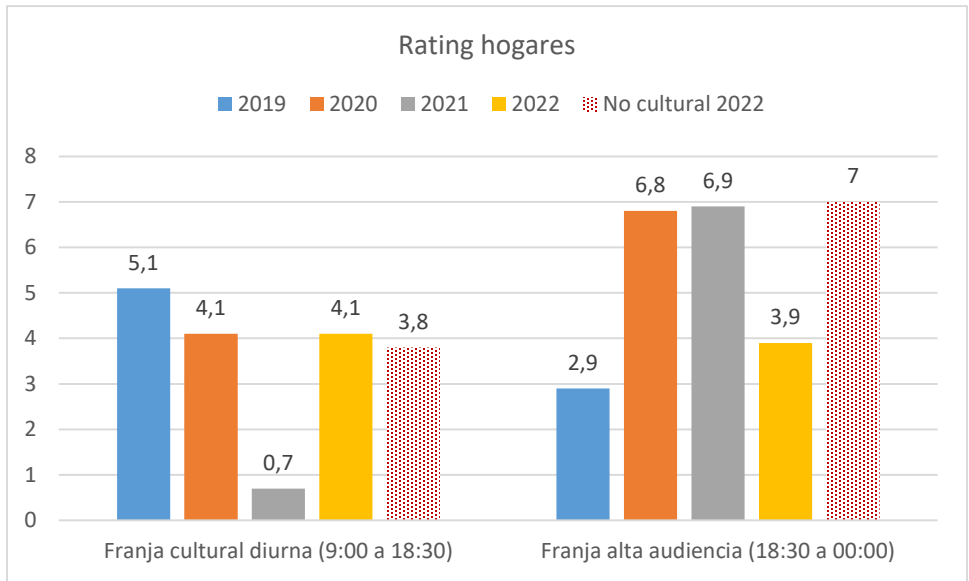
**Tabla N°4. Ranking de programación cultural 2022**

Lunes a viernes / Franja horaria normativa

<b>Sintonía Programación Cultural lunes a viernes entre 9:00 y 18:30 horas</b>				
	<b>Programas</b>	<b>Canal</b>	<b>Inicio</b>	<b>Rating hogares</b>
1	PARADA MILITAR	TVN	09:55	10,9
2	PARADA MILITAR	Canal 13	09:58	9,6
3	CUENTA PUBLICA	CHV	10:30	9,6
4	PARADA MILITAR	CHV	09:57	8,4
5	PARADA MILITAR	MEGA	09:57	7,4
6	SABINGO (A)	CHV	15:31	5,9
7	CUENTA PUBLICA	MEGA	11:23	5,5
8	24 DEBATES CAMINO AL PLEBISCITO	TVN	18:00	5,5
9	CUENTA PUBLICA	Canal 13	10:01	4,8
10	JUEGOS SURAMERICANOS AM	TVN	11:29	4,3
11	CONVENCION CONSTITUCIONAL	TVN	11:29	3,8
12	SABINGO	CHV	10:00	3,8
13	HOLA CIENCIA	La Red	16:30	2,1
14	CUENTA PUBLICA	La Red	11:00	1
15	LA RED ACCION CONSTITUCIONAL	La Red	15:29	0,9
16	PLAZA SESAMO	La Red	16:27	0,4
17	CURIOSIDADES	TV+	12:00	0,3
18	EL PRECIO DE LA HISTORIA	TV+	12:01	0,3
<b>Sintonía Programación Cultural lunes a viernes entre 18:30 y 00:00 horas</b>				
	<b>Programas</b>	<b>Canal</b>	<b>Inicio</b>	<b>Rating hogares</b>
1	BESTIA CAMINO AL OSCAR	TVN	22:47	7,1
2	INFORME ESPECIAL	TVN	22:43	6,4
3	SABINGO	CHV	18:48	4,9
4	JAQUE MATUS	La Red	22:00	1,9
5	PAGINA VITAL	La Red	22:00	1,7
6	PODER Y VERDAD	La Red	21:30	1,7
7	LA REDOCUMENTALES	La Red	21:00	1,1
8	MENTIRAS VERDADERAS	La Red	22:00	1
9	MENTIRAS VERDADERAS	La Red	22:00	1
10	PATAGONIA TODO ES UNO	La Red	22:00	0,9
11	ESTADO MUSICAL (R)	La Red	21:00	0,9
12	ESTADO MUSICAL	La Red	20:59	0,9
13	PAGINA VITAL (R)	La Red	21:00	0,8



**Gráfico N°21. Sintonía programación cultural 2019-2022 por franja horaria–Sábados y Domingos**



La sintonía de la programación cultural los fines de semana cambia, particularmente en horario diurno. En el año 2022, el consumo de contenidos culturales se encuentra por sobre los contenidos no culturales. En esta franja horaria se acumula la mayor oferta de este tipo de programación, lo que sugiere que su estabilidad a lo largo de los años, ayuda a mantener una audiencia cautiva de este tipo de programación.

Nuevamente se presenta un ranking de programas culturales emitidos en ambos bloques horarios establecidos por la norma, en este caso, centrado en la programación de los fines de semana:

**Tabla N°5. Ranking de programación cultural 2021**

Sábado y Domingo / Franja horaria normativa

<b>Sintonía Programación Cultural Sábado y Domingo entre 9:00 y 18:30 horas</b>				
1	SABINGO (A)	CHV	15:09	6,8
3	CULTURA TARDE/MIDAS DE TIERRA Y MAR	Canal 13	18:16	6
4	CULTURA TARDE/RUTAS PARA CHILE	Canal 13	16:00	5,8
5	DE AQUI VENGO YO	MEGA	15:23	5,7
6	CULTURA TARDE/RUTAS PARA CHILE	Canal 13	17:52	5,5
7	SABINGO (B)	CHV	18:07	5,5
8	VIAJANDO ANDO	MEGA	15:17	5,3
10	DISFRUTA LA RUTA	MEGA	17:09	5,3
11	SABINGO	CHV	14:32	5,3
12	SELECCION NACIONAL	MEGA	15:14	5,2
13	CULTURA TARDE/LUGARES QUE HABLAN	Canal 13	15:02	5,2
14	CULTURA TARDE/RECOMIENDO CHILE	Canal 13	16:45	5,1
15	LA ESMERALDA TRAVESIA POR EL C	TVN	15:31	5
16	CULTURA TARDE/CRONICAS DE LA PATAGONIA	Canal 13	17:05	5
17	CULTURA TARDE/LUGARES QUE HABLA (R	Canal 13	15:09	4,9
18	PLAN V	MEGA	16:07	4,9
19	CULTURA TARDE/LUGARES QUE HABLAN	Canal 13	15:05	4,9
<b>Sintonía Programación Cultural Sábado y Domingo entre 18:30 a 00:00 horas</b>				
1	SABINGO (A)	CHV	15:09	6,8
2	LUGARES QUE HABLAN	Canal 13	22:19	9,4
3	CITY TOUR ON TOUR	Canal 13	20:00	7,9
4	SABINGO (B)	CHV	18:36	6,9
5	CRONICAS DE LA PATAG	Canal 13	19:37	6,6
6	LUGARES QUE HABLA (R	Canal 13	19:45	6,5
7	SIEMPRE HAY UN CHI(R	Canal 13	19:03	6,4
8	LUGARES QUE HABLAN	Canal 13	19:28	6,1
9	KILOS MORTALES	MEGA	18:59	5,8
10	RUTA 5	Canal 13	23:04	5,7
11	MARAVILLAS DEL MUNDO	Canal 13	19:33	5,7
12	LA RUTA DEL AGUA	Canal 13	18:43	5,4
13	AÑOS DESPUES CON QUE SUEÑAS	Canal 13	19:18	5,4
14	LUGARES QUE HABLAN	Canal 13	19:45	5,4
15	SIEMPRE HAY UN CHILE	Canal 13	18:42	5

## AFINIDAD POR GRUPO SOCIOECONÓMICO (GSE)<sup>6</sup> DE PROGRAMACIÓN CULTURAL 2022

En este apartado se presenta un análisis de audiencias más específico, que busca relacionar a los telespectadores con los distintos tipos de contenido cultural, que, para el caso de la programación cultural, se focaliza en la audiencia distribuida por grupo socioeconómico por cuanto, a partir de esta segmentación, es posible conocer la llegada de bienes culturales a segmentos que, históricamente, han presentado dificultades de acceso a estos a nivel general. En este sentido, el perfilamiento focalizado por GSE, busca obtener información de utilidad para la política pública respecto a la disponibilidad de bienes culturales para la población general a la que está enfocada la norma sobre programación cultural en televisión.

Para ello, se utiliza una variable de afinidad (AFF%) del estudio People Meter, referida a la cercanía que muestra un programa con una audiencia específica y que, por lo tanto, se transforma en una audiencia estable de dicha oferta. La afinidad, en términos estadísticos, se obtiene a partir de la división del rating de un público específico, por el rating general. Cualquier resultado sobre 100 indica que el programa tuvo especial éxito en ese público.

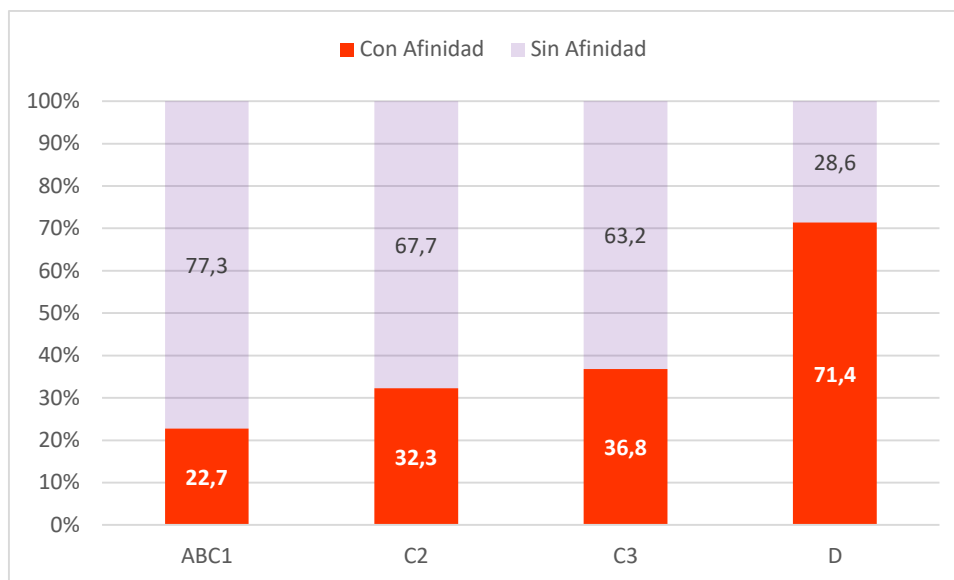
A continuación, se muestran dos tipos de información respecto a la afinidad de los programas culturales por segmentos socioeconómicos. En primer lugar, el gráfico n°22 muestra un indicador propio de afinidad que consiste en calcular la proporción de programas culturales con afinidad (es decir, que marcan sobre 100) por Grupos Socio Económico (GSE) en relación a los que no tienen afinidad.

Luego se entrega un ranking de quince programas con mayor afinidad por cada uno de los segmentos socioeconómicos con el objetivo de identificar los distintos contenidos culturales según los distintos públicos.

---

<sup>6</sup> Para este análisis se excluye el segmento E, debido a que el estudio *People meter* no lo incorpora como fuente de información.

**Gráfico n°22: Programas culturales con Afinidad, según GSE, 2022 (%)**



En el año 2022 el 71,4% de los programas culturales vistos por el segmento D muestra afinidad con este segmento, reflejando una importante alza en relación al año 2021, cuando alcanzó un 60,1%. La mayor parte de la oferta cultural emitida en el año 2022 no tiene afinidad con los segmentos medios (C2 y C3). Si bien la programación con contenidos culturales tiene menos afinidad con el segmento ABC1, la afinidad de este segmento creció de manera significativa: pasa de 7,5% en 2020 a 22,7% en 2022.

**Tabla n° 6: Quince Programas culturales con mayor afinidad (GSE ABC1)**

Programa	Canal	Inicio	Afinidad
Genius/Hearst - Pulitzer	TV+	19:03	469,8
Vagamundos	TV+	17:00	258,2
Curiosidades	TV+	12:41	225
Café cargado	La Red	20:00	219,4
Chilezuela	La Red	20:35	203,3
Mentiras verdaderas/Patricio Guzmán ®	La Red	21:32	191
La cuarta pared	TV+	18:29	180,6
Jaque Matus	La Red	22:00	177,4
La Redocumentales/Tencha	La Red	22:00	172,6
Concierto de año nuevo Viena	La Red	20:15	170,9
La Redocumentales/La cordillera de los sueños	La Red	22:00	170,1
Mentiras verdaderas/Patricio Guzmán	La Red	22:00	164,1
Gigantes de la comida	TV+	19:00	162
Sabores sin límites (r)	TV+	22:41	161,9
Cultura am/City tour on tour (r)	Canal 13	08:33	161,6

De los quince programas culturales con mayor afinidad en el segmento ABC1, seis están relacionados con temas de carácter cívico e histórico, y algunos son presentados a través de un prisma documentalista. Ejemplo de ello es la entrevista al cineasta Patricio Guzmán en el programa de conversación *Mentiras Verdaderas* (versión en vivo y repetición) y dos capítulos del contenedor de documentales *La Redocumentales*. A esto se agrega una mirada política como el espacio de conversación de contingencia política *Café cargado*, y una más ciudadana que representa el programa de investigación periodística *Jaque Matus* y el espacio de servicio y orientación *Chilezuela*. Además, hay una notoria presencia de programas con contenidos artísticos como el documental chileno *La Cuarta Pared*, y el concierto de año nuevo de la Filarmónica de Viena. La biografía histórica y la ciencia también se muestran en programas afines a este target como los programas documentados *Curiosidades* y *Genios* en una emisión en particular relacionada con la historia del periodismo a nivel mundial. Los espacios de viajes y recorridos afines a este segmento socioeconómico son *Vagamundos*, un programa que recorre parte del país y *City tour on tour*, programa cuyo tema central es la arquitectura y que, para este caso, es a partir del recorrido por distintas partes del mundo.

**Tabla n° 7: Quince Programas culturales con mayor afinidad (GSE C2)**

Programa	Canal	Inicio	Afinidad
Mentiras Verdaderas/Patricio Guzmán ®	La Red	21:32	315,1
Vladimir Putin La Mayor Amenaza	TV+	19:00	273,9
Concierto De Año Nuevo	La Red	20:30	254,8
Poder Y Verdad (R)	La Red	21:05	238,8
Concierto De Viena	La Red	22:01	235,9
Secretos Oscuros Corea del Norte	TV+	19:00	235,5
Los Nazis Y Las Drogas	TV+	19:01	231
Emancipadas	La Red	20:51	212,3
Mentiras Verdaderas/Patricio Guzmán	La Red	22:00	199,6
La Redocumentales/El Botón De Nacar	La Red	22:00	188,7
Patagonia Todo Es Uno	La Red	22:00	187,3
Chilezuela (R)	La Red	01:59	184,4
Templarios	La Red	22:00	183,9
Pauta Libre	La Red	22:00	159,9
La Redocumentales/Luisa Toledo	La Red	20:31	151,3

El perfil de la programación cultural de mayor afinidad con el segmento C2 en el año 2022, se caracteriza, principalmente, por contenidos históricos, socio históricos y políticos, tanto a nivel local como internacional. En el ámbito local destacan la entrevista al cineasta Patricio Guzmán en *Mentiras Verdaderas*, y la exhibición de obras audiovisuales que tratan temáticas profundas, parte de la historia del país, como el documental del mismo Guzmán, *El Botón de Nácar*, en que el foco es la historia del país vista desde el sentido geográfico y social que impone el océano a

los habitantes de Chile. Cabe mencionar, también, la entrevista documentada - en el marco de la conmemoración del joven combatiente - a Luisa Toledo, madre de los hermanos Vergara Toledo. Los espacios en que se tratan temáticas sociopolíticas e históricas a nivel internacional, incluyen reportajes referidos a Vladimir Putin y al régimen de Corea del Norte, así como reportajes sobre la relación entre nazis y drogas. En este ámbito también es considerada la serie documental que muestra el surgimiento, desarrollo y auge del grupo religioso los *Templarios*. A estos espacios se agregan programas de conversación política como *Poder y Verdad* y *Pauta Libre* ambos emitidos por La Red.

**Tabla n° 8: Quince Programas culturales más vistos (GSE C3)**

Programa	Canal	Inicio	Afinidad
La Granja De Tatatoro	La Red	15:09	354,1
Vagamundos	TV+	17:00	218,1
Genius/Wright – Curtiss	TV+	19:03	195,4
Cultura Am/Recomiendo Chile	Canal 13	07:02	174,2
Templarios	La Red	22:00	173,9
Los Nazis y las drogas	TV+	19:01	170,3
Mundial De Atletismo Indoor	TVN	12:00	169,1
Concierto De Año Nuevo Viena	La Red	20:15	159,6
Tedeum Ecuménico	Canal 13	11:01	152,4
Zona De Encuentro/Nos Vamos De Vlog	TVN	15:01	148
Juegos Olímpicos De Invierno Beijing 2022	TVN	19:50	144,9
La Redocumentales/Haydee El Pez Volado	La Red	20:00	143,3
Bicitantes	MEGA	00:02	143
Gigantes de la Industria	TV+	19:00	142,2
Moisés Los 10 Mandamientos	TVN	22:38	141,2

En tanto la programación cultural más afín al segmento C3, muestra una mayor diversidad en cuanto a sus contenidos. Se integran programación infantil, en particular, la serie para niños y niñas con financiamiento del Fondo CNTV *La Granja de Tatatoro*. También figuran transmisiones de eventos deportivos como los *JJOO de invierno de Beijing* y el *Mundial de Atletismo Indoor*, así como eventos conmemorativos como el *Tedeum Ecuménico*. Se observan nutrida presencia de programas de recorrido y culinario como *Nos vamos de Vlog*, *Vagamundos*, *Bicitantes* y *Recomiendo Chile*. Pero también hay presencia de contenidos históricos y biográficos como *Genius*, y la serie *Templarios*; los reportajes *Los nazis y las drogas* y *Gigantes de la industria*, así como la telenovela *Moisés, los 10 mandamientos*. A diferencia de los dos segmentos anteriores, en el segmento C3 la ficción cultural tiene un espacio.

**Tabla n° 9: Quince Programas culturales más vistos (GSE D)**

Programa	Canal	Inicio	D
Conciertos Filarmónica De Viena/La Sagrada Familia	La Red	21:00	209,7
Circo Islasana	TVN	18:29	196,4
La Mente De Einstein	TV+	19:01	181,1
Genius/USA – URSS	TV+	19:01	180,3
Humanidad La Historia De Todos	TV+	18:30	180
Sabingo (B) (R)	CHV	17:41	172
La Cuarta Pared	TV+	18:29	171,4
Hispania La Leyenda	La Red	22:03	167,4
Spy Wars	TV+	19:04	166,8
Nuestros Cuentos Chilenos/El Niño Que Enloqueció	TVN	19:48	165,9
Poder Y Verdad	La Red	21:15	163,7
El Código de Dios	TV+	19:01	162,9
Sabingo (A) (R)	CHV	13:55	159,3
No Se Confonda	TV+	19:00	155,2
Las Aventuras De Papelucho	TV+	18:21	152,6

Al igual que el anterior, el segmento socioeconómico D se muestra cercano a una mayor diversidad de contenidos. En este marco, también se observa la presencia de ficción cultural como *Hispania, la leyenda*, *El niño que enloqueció de amor* y *Las aventuras de Papelucho* (Fondo CNTV), así como espacios artísticos como el *Concierto de la filarmónica de Viena* y el espectáculo circense *Circo Islasana*. Otro ámbito de interés para este segmento lo entregan programas cuyo foco se centra en la historia, la biografía y el conocimiento. Aquí se encuentran programas como *La mente de Einstein*, *Genius* (USA-URSS), *Humanidad la historia de todos*, *El código Dios* y *Spy wars* (Guerra de espías). Un programa interesante de observar en cuanto a la afinidad de sus contenidos con este segmento es *Sabingo* (CHV). La característica de este programa es que funciona como un gran contenedor de breves espacios televisivos en que diversas personas cuentan parte de su historia vinculada a emprendimientos personales y familiares generalmente iniciativas cercanas a la cultura popular de sectores rurales y periféricos de zonas urbanas.

La afinidad que muestran las audiencias televisivas según GSE con determinadas propuestas de programación cultural, refleja preferencias en cuanto a contenidos. Así, por ejemplo, los segmentos alto y medios altos (ABC1 y C2) muestran más interés por contenidos culturales que requieren mayor reflexión, a diferencia de los segmentos C3 y D, más proclives a programas que incorporen elementos de entretenimiento y representativos de sus propias historias con la excepción del *Concierto de la filarmónica de Viena/La Sagrada Familia*.

## IV. CONCLUSIONES

Los datos que entrega este informe sugieren que la aplicación de la norma cultural para el año 2022 tiene resultados positivos:

En primer lugar, la aprobación de programación con contenido cultural aumenta en 2020 y se mantiene estable desde entonces, con un promedio por sobre el 83% y en 2022 supera el 87%, lo que podría estar demostrando que los canales de televisión están en sintonía con la norma cultural.

La oferta cultural se mantiene en torno al 7% del total de la programación. Los canales emiten más horas de programación cultural que las exigidas por el CNTV, confirmando que dicha norma ha logrado establecer una proporción de la oferta general para estos contenidos. Por otro lado, se evidencia que la televisión ha hecho esfuerzos en la innovación de programas para ofrecer contenidos culturales en formato audiovisual, hecho que muestra un avance importante derivado de la aplicación de la normativa actualmente vigente.

En segundo lugar y, al igual que la oferta, el consumo se muestra estable en torno al 6,5% del total de consumo promedio diario.

Si bien, la sintonía y el alcance de estos programas muestran una caída sostenida en los últimos cuatro años – que obedece a una tendencia general de la TV abierta – el tiempo que le dedican las personas a ver este tipo de programas, ha aumentado de manera constante y significativa en el periodo, lo que indica interés genuino por los contenidos culturales que ofrece la televisión.

Los datos muestran que los contenidos culturales superan las cuatro horas establecidas por la norma y que estos contenidos, asociados a franjas definidas y claras, generan audiencia interesadas y consolidadas.

Desde la perspectiva del sentido de esta norma como política pública -que es abrir la disponibilidad de bienes culturales a la mayor parte de la población y en particular para la población con menos acceso a estos bienes– el aumento de la afinidad de los contenidos culturales con el segmento socioeconómico D, en comparación al año 2021, es un indicador positivo para la aplicación de esta norma el año 2022.

En esta línea, es importante mencionar la información que entrega el perfilamiento de la audiencia televisiva con este tipo de programas según GSE, por cuanto muestra que la televisión ha logrado crear contenidos culturales que permiten llegar a públicos diversos.

La afinidad de las audiencias televisivas según GSE con determinados programas culturales reflejan distinciones en cuanto al interés de los segmentos de acuerdo a la estructura y contenido de sus programas.



