

**INFORME DE LA COMISIÓN  
CULTURA AL  
CONSEJO NACIONAL DE  
TELEVISIÓN**

**Julio 2009**

# INFORME DE LA COMISIÓN CULTURA AL CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN

## INTRODUCCIÓN

A raíz de las crecientes inquietudes surgidas en el Consejo Nacional de Televisión (en adelante, “el Consejo” o “el CNTV”), al tomar conocimiento de los informes periódicos de su Departamento de Supervisión, sobre el cumplimiento de la norma vigente que obliga a un mínimo de una hora de programación cultural sobre la base de los programas propuestos por las concesionarias de servicios de radiodifusión televisiva de libre recepción (en adelante, “los canales de televisión” o “los canales), el Consejo acordó la formación de una comisión ad-hoc con el encargo de analizar la aplicación de la actual normativa sobre programación cultural y proponer modificaciones a ésta, tanto en materias de fondo como de procedimientos de fiscalización.

Se solicitó que, en un horizonte de tiempo mayor, la Comisión hiciera aportes para la posición que debe adoptar el CNTV sobre este tema en el marco del proyecto de ley que reforma su ley orgánica, en actual trámite parlamentario.

Este Informe se refiere al primero y más urgente de estos encargos, sin perjuicio de incluir en la parte final de este Informe las sugerencias que surgieron naturalmente en el curso del análisis de lo posible dentro del marco legal actual.

## La Comisión

La Comisión fue integrada por los consejeros Consuelo Valdés, que la presidió, María Elena Hermosilla y Jorge Navarrete, así como por el señor Guillermo Blanco, escritor, ex integrante del Consejo Nacional de Televisión y Premio Nacional de Periodismo, y el señor Juan Agustín Vargas, quien se ha desempeñado por períodos prolongados como alto ejecutivo de, sucesivamente, TV-UC, Megavisión y TVN. Como secretario ejecutivo se desempeñó el señor Felipe Pozo, ex Jefe del Departamento de Supervisión del Consejo.

Como invitados permanentes, asistieron a la mayor parte de las reuniones los Jefes de los Departamentos de Estudio, de Fomento y de Supervisión del CNTV, María Dolores Souza, María de la Luz Savagnac y Hugo Rojas, respectivamente.

Fueron invitados a sesiones especiales los señores:

- Claudio di Girólamo, persona de gran experiencia en la creación y realización de programas culturales, muy respetado tanto en el mundo de la cultura como en el de la televisión;
- Bernardo Donoso, ex presidente del Consejo Nacional de Televisión, Presidente de la Asociación Nacional de la Televisión A.G. (ANATEL) y Presidente del Consejo de UCV-TV, quien dejó expresa constancia de concurrir a título personal y no como expresando una opinión de la asociación gremial que preside, y

- Santiago Vera, músico, Presidente de la Academia de Bellas Artes, especialmente designado para asistir a la Comisión en representación de las seis academias que conforman el Instituto de Chile.

Sin perjuicio de los muy valiosos aportes de todos ellos, la responsabilidad por el contenido de este Informe es de los miembros de la Comisión.

La Comisión efectuó doce (12) sesiones ordinarias, los días martes de 09:30 a 11:30 horas, durante el período del 17 marzo al 16 de junio del año en curso, a las que se agregaron varias reuniones de grupos de trabajo más reducidos, citados por la Presidente.

Como era de suponer, la naturaleza poli semántica del concepto “cultura” podía conducir a la Comisión a extensas discusiones y reflexiones. Hubo que tomar distancia de éstas y examinar su aplicabilidad al medio televisivo, esfuerzo no menor. Facilitó el trabajo el examen de la oferta televisiva desde dos importantes perspectivas: su **calidad** y el grado de **satisfacción** de las audiencias. En efecto, para un 50% de los televidentes chilenos, la televisión abierta es *una importante fuente de cultura*, donde lo cultural se asocia con *calidad* y con programas que *dejan algo*.

Fueron inevitables durante el trabajo de la Comisión las alusiones a los rápidos y profundos cambios que están experimentando la televisión en particular y las comunicaciones en general. Es complejo predecir marcos normativos para futuros escenarios con crecientes convergencias tecnológicas y aumento de oferta a públicos segmentados. Por ello, la Comisión ha procurado identificar atributos o cualidades esenciales de “programas culturales”, en el convencimiento de que su actual presencia y/o incorporación en la parrilla programática representan hoy nuevas y mejores oportunidades de información, entretención, educación y compañía para nuestras audiencias.

## El Informe

El presente informe consta de tres partes, a saber:

- a) Una parte **expositiva**, que resume las consideraciones, antecedentes, opiniones y consensos sobre los cuales se han fundamentado las modificaciones a la norma vigente que la Comisión propone al Consejo, las que –de ser aprobadas por éste- tendrán en esta parte expositiva una base de mejor comprensión e interpretación de dichas nuevas normas;
- b) Una parte **propositiva** que, en el lenguaje formal propio de una norma jurídica, contiene el texto con el que se propone reemplazar las “Normas sobre la Obligación de las Concesionarias de Radiodifusión Televisiva de Libre Recepción de Transmitir Programas Culturales a la Semana”, adoptada por el Consejo Nacional de Televisión en sesión de 30 de noviembre de 1998 y modificada en sesión del 12 de enero de 2009. Se incluye también una presentación en paralelo de la norma vigente y la propuesta, y
- c) Una parte de información **complementaria**, consistente en una bibliografía y un conjunto de anexos con informes y antecedentes que la Comisión tuvo a la vista en su trabajo y consideró en las partes expositiva y normativa.

## PARTE EXPOSITIVA

### 1. Marco legal, histórico y conceptual de la norma

La televisión chilena tiene un régimen de regulación que arranca desde la propia Constitución de 1980. El artículo 19, N°12 reconoce expresamente “*la libertad de emitir opinión y la de informar, sin censura previa, en cualquier forma y por cualquier medio*” y luego establece que “*el Estado, aquellas universidades y demás personas o entidades que la ley determine, podrán establecer, operar y mantener estaciones de televisión*”.

En ese mismo artículo se instituye un *Consejo Nacional de Televisión, autónomo y con personalidad jurídica, encargado de velar por el correcto funcionamiento de este medio de comunicación*.

La regulación de la televisión abierta en Chile se funda en el reconocimiento de que el espacio radioeléctrico es un **bien de uso público** escaso.

El legislador asimiló la noción de la concesión de **servicio público** a un compromiso de respeto por un universo de valores considerados fundamentales, a saber: “*pluralismo, dignidad de las personas, la moral y buenas costumbres, los valores culturales de nuestra nacionalidad, el medio ambiente, la democracia, la formación de la niñez y la juventud dentro de este marco valórico*” los que englobó en el concepto de “*correcto funcionamiento*” establecido en el artículo 1° de la Ley 18.838 (1991) que nos rige hasta hoy.

Dentro de las funciones y atribuciones del CNTV, el artículo 12, letra l) de dicha ley señala que le corresponde *establecer que las concesionarias deberán transmitir una hora de programas culturales a la semana, entendiendo por tales los dedicados a las artes o a las ciencias. Estas transmisiones deberán hacerse en horas de alta audiencia, quedando a criterio de cada concesionaria determinar el día y hora dentro de dicho horario*.

#### La experiencia de la antigua “Franja Cultural”

Durante un período, la obligación de transmitir el mínimo de una hora de programación cultural a la semana, estuvo normada en una modalidad que ordenaba que todos los concesionarios las emitieran simultáneamente en día y hora determinado, modalidad que fue conocida como “la franja cultural de los jueves” o simplemente, “la Franja”.

Esta modalidad –que no es posible de aplicar debido al texto legal hoy vigente- fue objeto de alabanzas y críticas, algunas de ambas igualmente valederas. Sin embargo, en una parte muy importante del público de treinta años y más, la nostalgia de la Franja y los deseos de volver a instituir la son aún fuertes.

La principal **ventaja** de esta modalidad consiste en que –por su simultaneidad- “protege” a cada canal de que **su** programa cultural se vea compitiendo con una contraprogramación de espacios de poco o nulo valor cultural pero gran sintonía masiva, transmitidos por uno o más de sus competidores. Al *nivelar la cancha*, el programa de cada canal era pensado en ese

contexto, se convertía en *emblemático* de esa competencia limitada y, algunos piensan, eran en promedio de mayor valor cultural y mejor calidad televisiva que los actuales.

La principal **desventaja** de esta modalidad consiste en que –una vez más por su simultaneidad- produce paradójicamente el efecto de impedir que la audiencia efectivamente interesada por la programación cultural, pueda ver dos o más de esos programas. En ese sentido, se afirma que esta norma *proteccionista* termina siendo contraproducente.

Desde una perspectiva más **doctrinaria o de principios**, la modalidad franjeada puede ser criticada como *paternalista* o francamente contraria a un derecho de ofrecer y consumir libremente por parte de canales y televidente, mientras la opuesta puede ser criticada como *mercantilista* o contraria a una concepción de la televisión como una actividad de interés público.

### La norma de 1999

En sesión del 30 de noviembre de 1998, el CNTV aprobó las normas sobre la obligación de las concesionarias de radiodifusión televisiva de libre recepción de transmitir programas culturales a la semana. Estas normas, que entraron en vigencia en marzo 1999, son:

1° Los canales de radiodifusión televisiva de libre recepción deberán transmitir a los menos una hora de programas culturales a la semana, con el fin de estimular el interés público por las expresiones de la cultura. Se entenderán por programas culturales los dedicados a las artes o a las ciencias, en un sentido amplio.

2° Estas transmisiones deberán hacerse en horas de alta audiencia, quedando a criterio de cada concesionaria determinar la hora y día dentro de dicho horario, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 3°.

3° Por horas de alta audiencia se comprenderán aquellas que van desde las 18:00 hasta las 23:00.

4° Cada uno de los servicios de televisión de libre recepción comunicará al Consejo, con la debida antelación y periódicamente, la forma en que cumplirá lo dispuesto en los artículos anteriores.

Un análisis del cumplimiento de estas normas en el tiempo concluyó que varios de los programas informados se prestaban para diversas interpretaciones y estaban fuera de la letra y del espíritu de la ley N° 18.838.

Atendida esta situación, el 24 de Marzo de 2003 el CNTV aprobó una nueva normativa sobre programación cultural, en base a una propuesta del consejero Sr. Sergio Marras, la que rige hasta la fecha:

1° Sólo podrán ser considerados programas culturales aquellos que se dediquen a difundir las artes y las ciencias en cualquier género o formato.

2° Por arte se entenderán todas las expresiones literarias, plásticas, audiovisuales, musicales y arquitectónicas, así como sus combinaciones.

3° Por ciencia se entenderán todos aquellos cuerpos de ideas y conocimientos contenidos en las llamadas ciencias exactas, naturales y sociales, incluyendo disciplinas como la historia, el derecho y la filosofía, tanto en sus expresiones propiamente científicas como tecnológicas.

4° Serán considerados programas culturales los comprendidos en los puntos anteriores que expongan activamente las artes y las ciencias. Si fuere necesario para ello, se incorporarán elementos adicionales de información, asociación, reflexión, o contextualización, de manera de guiar al televidente acerca de las características de la creación artística y científica en cuanto a su valor, pertinencia, contribución al acervo cultural o historia.

5° No serán considerados programas culturales, en general, los eventos deportivos, las campañas de bien público, los concursos de preguntas y respuestas, las películas de ficción que no estén enmarcadas en un contexto crítico o histórico, las telenovelas ni los programas periodísticos que no agreguen elementos de reflexión artística o científica.

6° El horario en que deberá exhibirse programación cultural se extenderá hasta las 24 horas.

7° A partir de la vigencia del presente acuerdo las concesionarias informarán cada dos meses al Consejo Nacional de Televisión sobre su programación cultural de los próximos sesenta días.

## **2. Evaluación cualitativa y cuantitativa de la oferta de programación cultural actual**

La Comisión encargó al Departamento de Supervisión del CNTV una evaluación de la programación cultural informada durante el año pasado (*Ver anexos*), la que ofrece un panorama bastante completo del tema y concluyentes consideraciones que se han tenido presentes al momento de construir una nueva norma.

Es importante señalar que el mínimo de una hora semanal de programación cultural que establece la ley equivale a apenas 52 horas anuales por canal, oferta que en 2008 correspondió a un escaso 1,5 % de la programación total. La Comisión encuentra insuficiente la hora semanal exigida, pero el CNTV no puede aumentar esta obligatoriedad por ser materia de ley.

Por lo general, los canales cumplen con la exigencia de informar al CNTV sobre sus respectivas programaciones culturales (durante el 2008 en una sola ocasión un canal no proporcionó la información dentro de plazo).

A pesar que la normativa vigente es relativamente clara respecto de las exigencias que deben cumplir los programas para ser reconocidos como culturales, lo cierto es que sólo el 50,8% de los casos presentados son en definitiva considerados para el cálculo del cumplimiento de la hora de programación semanal.

El 19,7% de las propuestas son rechazadas por no ser emitidas en horario de alta audiencia, mientras que el 29,5% restante lo es por no emitir contenidos culturales.

A excepción de TVN y Canal 13, la mayoría de los canales sólo cumplen con el mínimo que establece la normativa sobre programación cultural.

La mayoría de los canales prefiere no innovar, conformándose con emitir programas envasados. De hecho, un 48,3% de las emisiones informadas corresponde a espacios que han sido transmitidos en diversas temporadas, por lo que su exhibición no implica novedad en términos de contenidos ni formatos. La comisión piensa que esta alta cuota de repitencia no contribuye a mejorar la calidad de la oferta televisiva.

La mayoría de los canales privilegia los géneros reportajes (42%) y documental (26%) para cumplir con la exigencia legal.

TVN es el canal que emite el mayor volumen de programación cultural, con 127 hrs., lo que equivale al 22,3% de la oferta cultural total. Canal 13 es el segundo canal con más volumen de programación cultural, con 122 hrs. (21,6%). En tercer lugar Mega con 111 hrs. (19,6%), pero en este último caso sólo se debe a la emisión del programa *La Ley de la Selva*. El resto de los canales emite entre 50 y 52 horas de programación cultural al año, es decir, prácticamente el mínimo que establece la ley.

Sobre el 75% de la programación cultural es de origen nacional. Este aspecto es un reflejo de lo que ocurre con la parrilla general, la cual hace años viene privilegiando la programación nacional por sobre la extranjera.

El 63% de la programación cultural es exhibida después de las 22 hrs., lo que podría estar reduciendo las posibilidades de la audiencia juvenil de acceder a programas con contenidos culturales.

Es interesante constatar que algunos programas informados como culturales, logran reunir un rating bastante competitivo. Las audiencias, así lo muestran los números, han privilegiado programas que se refieren a la identidad e idiosincrasia nacional, y que muestran la diversidad de la sociedad chilena. Entre estos programas podemos mencionar: *Los Ochenta*, *La Tierra en que Vivimos*, *Héroes*, *Pentagrama*, *Los Inmigrantes*.

### 3. La opinión de las audiencias reflejadas en las últimas Encuestas Nacionales de Televisión (ENTV)

Los resultados de las últimas cuatro Encuestas Nacionales de Televisión<sup>1</sup> indican que el nivel de satisfacción con la televisión abierta bajó bruscamente, recuperándose en cierta medida el año pasado. Sin embargo, desde el 2005 hasta la fecha ha predominado la insatisfacción respecto del medio, siendo la falta de programación cultural una de las principales razones de este descontento.

---

<sup>1</sup> 1999 – 2002 – 2005 y 2008.

De hecho, los números indican que la escasez de programación cultural es la segunda causa más importante en el descontento de las audiencias con la oferta actual de la televisión abierta.

Al invertir la lógica de la insatisfacción, y en relación a los aportes positivos de la televisión, encontramos nuevamente la importancia de la cultura. Es así como para un 50% de los televidentes chilenos, la televisión abierta es *una importante fuente de cultura*, percepción que incrementa en 10 puntos en el periodo 2005-2008.

Para reforzar la visión de las audiencias respecto a la relevancia de la programación cultural, existe otro dato, y es que un importante porcentaje de los encuestados afirma ver en familia *reportajes culturales, documentales, y programas educativos*.

El visionado en familia o el comentario grupal de estos programas dice relación también con la buena evaluación que tienen los programas culturales, documentales y programas educativos entre los televidentes. Es así como el género *reportajes culturales* es el mejor evaluado de la televisión abierta. Este dato es congruente con los resultados ya expuestos, pero preocupante si se considera que durante 2008 la oferta de este tipo de programas fue un 3,6% de la programación total, incluso menor respecto de 2007.

De acuerdo a los resultados de estudios cualitativos, existe una demanda por una oferta mayor de programación cultural entre la audiencia joven y adulta.

Para los jóvenes por ejemplo, la cultura debe ser “entregada”, y se asocia al potencial transformador de la televisión. En su visión, la cultura estaría ligada a un ideal de sociedad, a la idea de cambio social y equidad.

En el caso de los adultos mayores, su demanda se relaciona con la necesidad de instruir a nuevas generaciones como una forma de “culturizar” el país.

Para las audiencias, la cultura es un elemento importante de una televisión de calidad y se asocia primeramente con el aprendizaje, incluso con la imagen del profesor, como es la del conocido personaje ‘el profesor Rossa’.

A continuación se rescatan y ponen en contexto una serie de aseveraciones que, relativas al tema, plantearon diferentes personas en estudios cualitativos realizados por el CNTV en el período 1999-2009. Ellas permiten aproximarse con más propiedad al concepto de “programa cultural” que está en el imaginario de las audiencias.

Un programa cultural muestra entonces lo desconocido o inalcanzable (...“*un programa muy bonito, cultural, que nos mostró la galaxia con toda la tecnología*”; “*La Ruta del Nilo*”).

Asimismo, una programación cultural es la que rescata la “identidad nacional”, cumpliendo así la televisión un rol de conservar y difundir tradiciones: “lo nuestro” (“*Tierra Adentro y la Tierra en que Vivimos...*”). Pero “lo nuestro” no son solo nuestras tradiciones sino también nuestra geografía, flora y fauna –tan disímil a lo largo del país.



Relacionado con lo anterior, mostrar la realidad regional surge como un atributo cultural que nos permite una identidad en la diversidad y por lo tanto se traduce en inclusión y en la posibilidad de que todos los chilenos se vean representados.

Una condición para que los programas se consideren culturales es por un lado la contextualización de sus contenidos y el profesionalismo de los eventuales presentadores - en el caso de reportajes culturales. Es así como no tiene sentido *“llevar a una pinturita entremedio de una tribu indígena, sin tener idea de lo que está haciendo, yo no le veo la parte de cultura, no enseñaba nada”*; *“y en los programas que se dan en medicina, están bastante irreales..., te fijas que no aportan”*.

Un programa cultural debe tener asimismo relevancia para el quehacer humano. Para los jóvenes –tal como se ha mencionado- debiera tener relevancia social (*“... culturalmente que tenga una cierta repercusión en la gente, que sea de conocimiento, de cultura, que uno pueda sacar un beneficio de eso, de investigación y además de calidad”*).

Así también un programa cultural tiene sentido, es relevante (*“ese de Alfredo Lamadrid, es un ambiente grato, una conversación liviana, yo creo que nosotros todos buscamos algo de interés, que escape un poco de todo lo que es sexo, lo que es farándula”*).

Un programa cultural por lo tanto perdura en la memoria de las personas o de los colectivos, no se ‘autoconsume’ después de verlo (*“Es que cuando es cultural es más fácil catalogarlo de bueno. Porque te sirve más allá de la pura entretención, es algo interesante... Es que puede ser fome, pero no malo. Tiene sustancia y eso es lo diferente a otro”*).

Para los televidentes, cultura y calidad son atributos íntimamente relacionados: (*“por ese mismo problema, los que pueden han tenido que contratar el cable, yo no he podido. Para poder regodearse un poco más y tener la posibilidad de ver algo bueno*).

Otros aspectos que relacionan calidad y cultura dicen relación con los efectos de un programa: con la cercanía que produce. Es así como un programa que se percibe cercano, aumenta el interés de las personas y la percepción de calidad. La proximidad puede referirse a distintos aspectos de importancia para el televidente y que de alguna forma se ven reflejados en un programa, cuales son, la identificación cultural o grupal, el reconocimiento de situaciones cotidianas o bien la inclusión de contenidos significativos para el crecimiento personal (*“Los Patiperros”, te muestra lo que han vivido chilenos que han emigrado, te sirve para saber lo que te puede pasar también*).

La audiencia identifica temáticas culturales y educativas en los distintos géneros televisivos. En los documentales y reportajes identifica una función educativa y de divulgación de conocimientos que se asocia a una dimensión de calidad (*“a mí me gusta de repente el ‘Vida 2000’, es un programa científico y es como más entretenido”*).

También existen programas misceláneos sobre los que la audiencia hace converger entretención y educación, como es el caso de algunos Concursos (*“El Tiempo es Oro” era de los pocos programas que veíamos en familia, competíamos en familia, uno podía participar”*; *“el ‘Maravillozoo’ es un programa que enseña a querer y cuidar la vida animal”*). Algo similar ocurre con las series y teleseries, en particular si son históricas o

referidas a temas científicos, artísticos o culturales (*“esa teleserie que mostraba los italianos que llegaron a Brasil”*).

Como conclusión, es importante notar que estas nociones de programación cultural de las audiencias están muy cristalizadas, ya que –con escasa variación- se reafirman en el tiempo, al menos en un periodo de 10 años.

#### 4. La experiencia internacional

La Comisión revisó la legislación comparada internacional en materia de programación cultural contenida en el estudio “Cultura en televisión desde la perspectiva de los reguladores”, dirigido por el Departamento de Estudios del CNTV (2008).

Entregamos un resumen de marcos normativos extranjeros que resguardan y/o potencian el rol cultural de la televisión.

**Colombia:** considera programación cultural contenidos destinados a “elevar el desarrollo humano o social”, “fortalecer su identidad cultural” o “propender a la conservación de la democracia y convivencia nacional”, pero sin normar la obligatoriedad de la emisión de este tipo de programa. (1996)

**Brasil:** su Constitución de 1988 define los principios que deben guiar la programación de las emisiones de televisión, señalándose entre ellos que “se deben preferir las finalidades educativas, artísticas, culturales e informativas” y que se debe velar por “la promoción de la cultura nacional y regional”. Pero su Ley de Regulación de los Servicios de Radiodifusión no aclara la forma en que estos principios han de ser llevados a la práctica.

**México:** su Ley Federal de Radio y Televisión (2000) señala como presupuesto con el que tiene que operar la radio y televisión en el país “contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar sus características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana”. Sin embargo, se desconocen las directrices orientadoras que permiten aplicar estas aspiraciones y, al parecer, estarían en discusión.

**Venezuela:** La Ley de Responsabilidad Social (2005) define como un programa cultural y educativo aquel “dirigido a la formación integral de los usuarios y usuarias en los más altos valores del humanismo, la diversidad cultural, así como en los principios de la participación protagónica del ciudadano en la sociedad y el Estado”. Se establece la obligatoriedad de que por lo menos 7 horas de “todo horario” (de 7am a 7pm) deberán ser de producción nacional de los cuales 4 deben dar prioridad a la transmisión de programas culturales y educativos e informativos.

**Argentina:** Su prescripción, entre otras, contenida en la Ley de Radiodifusión (1980) de “servir al enriquecimiento de la cultura y contribuir a la educación de la población” no es fiscalizada para la televisión de libre recepción. Pero un canal de televisión del Servicio Oficial de Radiodifusión tiene por cometido: “proporcionar la programación orgánica que requiere el nivel cultural de la Nación; difundir, en consecuencia, aquellas expresiones de elevada jerarquía estética que satisfagan las necesidades culturales de la población; y asegurar el intercambio cultural entre las distintas regiones del país”.

**Canadá y Estados Unidos:** no existe definición de la “programación cultural” en televisión. Sin embargo, en Canadá se exige (1987) que por lo menos un 60 % de la programación de una emisión pública debe ser de contenido canadiense.

Al trasladarnos a Europa se observa que, a partir de la conformación de la Unión Europea en 1993, la televisión pasa a ser una herramienta fundamental para promover y consolidar una suerte de “identidad europea”.

**Gran Bretaña:** Todos los canales están obligados a cumplir un rol de “servicio público” (2003). Al Channel 4 (privado) se le exige la transmisión de siete horas a la semana de “programación educativa” y tres horas de “programación multicultural”. Al otro canal privado, Channel Five, se le exige la transmisión de dos horas a la semana de documentales, 30 minutos de arte y 3 horas de programas educativos, entre otros.

**España:** se encuentra en estudio una Ley General del Audiovisual. En tanto, el servicio público RTVE (2006) debe “satisfacer necesidades de información, cultura, educación y entretenimiento de la sociedad española; difundir su identidad y diversidad culturales; impulsar la sociedad de la información; promover el pluralismo, la participación y los demás valores constitucionales”.

**Francia:** la regulación está orientada a fortalecer y promover una suerte de “identidad francesa”, fija cuotas y horarios para la emisión de películas y la cultura es entendida como expresión artística y del conocimiento científico. En los últimos años ha surgido mayor preocupación por la representación de la diversidad cultural de la sociedad en la televisión francesa.

Como conclusión, parece existir una tendencia general en el mundo a asumir el tema de la cultura en televisión como un objetivo transversal, sin embargo, constituye un valor que no logra hacerse operativo de manera muy concreta. Los conceptos son vagos respecto de la definición de programación cultural quedando ésta más ligada, en la mayoría de los casos, a aspectos relacionados con las identidades nacionales y la educación.

## 5. Criterios para establecer una nueva norma

La Televisión chilena nació bajo la inspiración de una ley que ponía el acento en los factores de “educación e información”, otorgando al medio un rol formativo de la sociedad. El sentido de “entretención” también era considerado, pero como una intención más bien secundaria. Esa impronta se instaló con fuerza en la memoria colectiva y construyó una especie de demanda tácita de servicio público a la TV, que se ha ido traspasando en el tiempo y que hoy, en medio de un modelo estrictamente comercial, es reclamada con mucha fuerza por las audiencias.

Entonces, aparece una suerte de dicotomía que tensiona la relación de la demanda versus la oferta. Parte de la exigencia de las audiencias está inspirada en la aspiración por servicio público, mientras que la oferta se ancla, mayoritariamente, en los criterios comerciales que imperan en una industria altamente competitiva que encuentra la gran mayoría de su financiamiento, casi exclusivamente, en la publicidad comercial. La única excepción es el

Fondo de Fomento del CNTV, que financia por obligación legal, programas de alto interés nacional y cultural.

El CNTV aspira a que la obligación referida a la programación cultural se resuelva por parte de los canales, mediante la producción o adquisición específica de programas que respondan a los estándares de calidad que cada concesionario debe a las audiencias.

Esos estándares tienen relación con, al menos, tres aspectos: contenido, forma y satisfacción de las audiencias.

En cuanto a **contenidos**, algunas consideraciones:

- Nuestro país ha vivido enormes cambios en su base educacional, económica y de acceso de las personas a bienes y servicios, especialmente en el campo de las tecnologías de la información. Ello ha significado que los públicos tienen demandas de contenidos muy distintas a las que podían exigir en tiempos relativamente recientes.
- No obstante los avances en nuestra institucionalidad cultural todavía hay sectores significativos del país, especialmente en regiones, que manifiestan una situación de precariedad significativa en cuanto a sus oportunidades de acceso a los bienes culturales. Las posibilidades reales que tienen los públicos alejados de las grandes ciudades de consumir determinados bienes, espectáculos y manifestaciones son aún limitadas. La televisión, por su uso extensivo y generalizado, asume un rol importante para contribuir a acortar esta brecha.
- El tema del **patrimonio** y su difusión ha adquirido en los últimos años un lugar importante en la agenda cultural mundial y la propia nacional. Reflejo de ello es la ratificación de parte de Chile de tres convenciones de UNESCO que comprometen su difusión, a saber: Convención para la protección del patrimonio mundial cultural y natural (UNESCO, 1972; Chile en 1980, Convención para la salvaguarda del patrimonio inmaterial (UNESCO y Chile 2003), y Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales (UNESCO 2005; Chile 2007); a nivel nacional, en 1999 se instituyó la celebración del “Día del Patrimonio Cultural”; y, el Ejecutivo recientemente envió al Congreso el proyecto de ley que crearía el Instituto del Patrimonio Cultural. Por las razones expuestas, parece razonable y oportuno innovar incorporando este contenido en la nueva norma.

En cuanto a **forma**:

- Un programa cultural supone una intención televisiva, es decir, que haya sido concebido y producido para ser transmitido por televisión. De no ser así, se le deberían incorporar elementos adicionales de información, contexto o reflexión, que colaboren a una mejor apreciación de los contenidos, en cuanto a su valor, pertinencia y contribución al acervo cultural.
- Los canales deben producir o adquirir programas que se encuadren en los parámetros de contenidos expresados en la normativa cultural. Pero, y esto debe ser muy claro, no basta que esos contenidos se relacionen con “el arte, la ciencia y el patrimonio”, sino que la “calidad televisiva” del programa es una exigencia.

- La calidad de un programa cultural de intención televisiva, debería reflejar una factura cuidadosa en sus distintos componentes: lenguaje, guión, elenco, locación, ambientación, recreaciones, música incidental, fotografía, medios tecnológicos, pues debe ser realizado para entretener y satisfacer audiencias masivas.

En cuanto a **satisfacción de las audiencias**:

- La teleaudiencia asocia un programa cultural con la calidad de su factura y su capacidad de ser memorable. Valora ese esfuerzo con su preferencia de consumo. La calidad es determinante en la generación de altos niveles de satisfacción derivados de dicha emisión y en la valoración de la televisión abierta.

### Visión de las audiencias

En la sexta encuesta de televisión realizada por el CNTV en 2008, se llegó a establecer una noción de qué entendían por “programa cultural” los teleespectadores. El concepto se encamina por una aproximación más bien intuitiva, pero claramente expresa una indicación:

“Un programa de calidad que entregue algo culturalmente, que enseñe, que deje algo concreto en el televidente”.

Ciertamente, la mirada de las audiencias nos pide algún nivel de trascendencia. Que la oferta les permita ampliar sus conocimientos, cualquiera sea el ámbito, o les permita reflexionar, discutir, compartir lo que observaron.

En concreto, nos hablan de programas que perduren, que no sean perecibles.

La proximidad de los términos “calidad” y “cultural”, en la percepción de las audiencias, es de un grado tal que terminan por convertirlos en sinónimos. O que un programa sólo podrá ser considerado cultural si su oferta es de alta calidad.

Las audiencias, cuando ven insatisfechas sus aspiraciones, se molestan pero no se retiran. La TV, como fenómeno social, sigue estando presente de manera muy potente en la vida de las personas y, a pesar de las insatisfacciones, continúa “dando forma” a buena parte de la percepción de mundo que manejan los ciudadanos.

### Índole del medio

Cada medio tiene su propio lenguaje. Es decir un código propio cuya adecuada utilización permite explotar cabalmente las potencialidades expresivas y comunicativas de ese soporte particular.

Así, y a modo de ejemplo, una novela requiere ser adaptada a la hora de transformarse en un filme.

Como medio audiovisual la televisión, para desarrollar sus capacidades, exige que su lenguaje sea respetado. Un programa de televisión, para alcanzar un nivel básico de calidad, debe estar construido respetando las claves de su naturaleza.

Por lo tanto, para ser además coherentes con el respeto a la visión de las audiencias, la norma del CNTV tiene que considerar no solo contenidos acordes con la exigencia de la ley, sino que formas de realización que aseguren la calidad intrínseca de un programa de televisión.

Resulta fundamental hacerse cargo del carácter masivo y la heterogeneidad de las audiencias de la televisión de libre recepción. Cuestión que permite, como en ningún otro caso, dar cuenta de la vocación masiva de la cultura. Pero, que al mismo tiempo, obliga a poner una vez más el acento en la calidad, es decir de “hacer bien algo”.

La TV abierta es el medio de comunicación, entre todos los que existen, que convoca la mayor cantidad de público. Ninguna actividad humana permite reunir a tantas personas, en un mismo espacio temporal y en condiciones de máxima diversidad.

Estamos frente a una cuestión esencial: en la sociedad moderna sólo la TV permite establecer un espacio comunicacional común con millones de personas de una misma comunidad. La masividad de la TV abierta permite, o debe permitir, que ésta juegue un rol de equidad social y cultural que ningún otro medio está en condiciones de enfrentar. Sólo frente a la pantalla de TV es posible exponer a un mismo contenido, y de manera simultánea, al conjunto de la sociedad. Eso ofrece oportunidades únicas para difundir contenidos de interés ciudadano a escala nacional.

Este es un dato que no puede estar ausente en la construcción de cualquier programa destinado a la TV abierta, porque es una parte insustituible de su índole.

## 6. PERÍODO DE TRANSICIÓN

La Comisión estima conveniente fijar un período de transición entre la adopción de la nueva norma y su plena entrada en vigencia, y consiguiente fiscalización de su cumplimiento.

Durante dicho período de gradualidad de aplicación –tres meses- el CNTV será particularmente acucioso en el análisis de los programas que se informen y su grado de coincidencia con la nueva definición de programa cultural.

Es probable que, sobre todo recién entrada en vigencia la nueva norma, existirán diferencias en la interpretación de ésta. Cabe señalar que siempre habrá un espacio discrecional para que el CNTV resuelva el cumplimiento pleno de la nueva norma.

Con todo, los primeros informes públicos que elabore el Departamento de Supervisión del CNTV serán cruciales para: orientar a los canales de televisión, procurar una pronta configuración de jurisprudencia, evitar nuevos incumplimientos y hacer valer el derecho a información de las audiencias.

Es importante que los canales asuman con toda propiedad la importancia de los programas ofrecidos como **culturales**, en cumplimiento de la norma. Por eso, y de cara a las

audiencias, resulta razonable que estos espacios sean señalizados en pantalla y así se distingan del resto de la programación.

Esta señalización deberá ser fácilmente reconocida por el público y, por lo tanto, ser igual para todos los canales. La iconografía pertinente se podría resolver mediante acuerdo con los canales para que sea una decisión conjunta y legitimada por todas las partes.

## **7. PRIMERAS SUGERENCIAS SOBRE CULTURA EN LA NUEVA LEY**

A pesar que, como se señaló en la Introducción, la Comisión centró su trabajo en lo que es posible dentro del marco de la ley vigente, aparecieron naturalmente aquellas insuficiencias y/o restricciones de la normativa vigente que a nuestro juicio debieran ser modificadas a la brevedad. Respecto de ellas, nuestras primeras recomendaciones serían:

- Señalar que el CNTV podrá dictar normas que obliguen a los concesionarios de servicios de radiodifusión televisiva de libre recepción a transmitir un mínimo de programas culturales en horarios de alta audiencia. Dicho mínimo será fijado por el Consejo, con un tope de catorce horas semanales, sin perjuicio de los programas culturales que cada concesionario decida transmitir fuera de estos horarios.
- Corresponderá al Consejo especificar, sólo para los efectos del cumplimiento de esta norma, lo que se entenderá por programas culturales y por horarios de alta audiencia, así como las demás normas complementarias.
- Las normas sobre mínimos de programación cultural deberán expresarse en un único documento, aprobado por el Consejo y publicado en el Diario Oficial. Las modificaciones que el Consejo estime necesarias introducir a dicho documento, no obligarán antes de transcurridos noventa días desde la publicación del nuevo texto en el Diario Oficial.

14

## PARTE PROPOSITIVA

### **“NORMAS SOBRE LA OBLIGACIÓN DE LAS CONCESIONARIAS DE RADIODIFUSIÓN TELEVISIVA DE LIBRE RECEPCIÓN DE TRANSMITIR UN MÍNIMO DE PROGRAMAS CULTURALES A LA SEMANA.**

#### **VISTOS:**

Lo dispuesto en el artículo 19º N°12 de la Constitución Política de la República, y en los artículos 1º, 12º letra I), 33º y 34º de la Ley 18.838; y el Informe de la Comisión de Cultura del Consejo Nacional de Televisión, aprobado en su Sesión de 13 de julio de 2009; y

#### **CONSIDERANDO:**

La importancia de la televisión, como un medio masivo, para el incremento y desarrollo de la cultura y el conocimiento, así como para la valoración del patrimonio y la identidad nacional y universal,

**El Consejo Nacional de Televisión, en el ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, acordó las siguientes “Normas sobre la obligación de las concesionarias de radiodifusión televisiva de libre recepción de transmitir un mínimo de programas culturales a la semana”:**

- 1.** Las concesionarias de radiodifusión televisiva de libre recepción, en adelante los canales, estarán obligados a transmitir programas culturales, en horario de “alta audiencia”, al menos una hora cada semana.
- 2.** Para los efectos de dar cumplimiento a esta norma, serán considerados culturales los programas de alta calidad que se refieran a las artes y las ciencias, así como aquellos destinados a promover y difundir el patrimonio universal, y en particular nuestro patrimonio e identidad nacional.
  - a.** Por arte se entenderán todas las expresiones literarias, plásticas, audiovisuales, musicales y arquitectónicas, así como sus combinaciones.
  - b.** Por ciencia se entenderán todos aquellos cuerpos de ideas y conocimientos contenidos en las llamadas ciencias exactas, naturales y sociales, incluyendo disciplinas como la historia, el derecho y la filosofía, tanto en sus expresiones propiamente científicas como tecnológicas.
  - c.** Por patrimonio –como expresión de nuestra identidad- se entenderá el conjunto de bienes materiales, inmateriales y naturales valorados socialmente, por lo que ameritan ser conocidos, apreciados y transmitidos de una generación a otra. Comprende bienes muebles e inmuebles que son testimonio del talento creativo de intelectuales, artistas y científicos; edificaciones y conjuntos urbanos y sitios de valor histórico, paisajístico y artístico; los modos de vida propios de las diversas identidades vivas y pasadas, con sus tradiciones y



expresiones, como también las evidencias geológicas y de la diversidad geográfica y biológica.

**3.** Los programas culturales podrán ser de cualquier género y deberán estar realizados en concordancia con los códigos y el lenguaje específico del medio televisivo, asumiendo los mayores niveles de profesionalismo en todos los factores involucrados en la producción y considerando de manera efectiva la satisfacción de las audiencias.

**4.** Para los efectos del cumplimiento de esta norma, serán considerados preferentemente los contenidos cuyos formatos correspondan a los de una producción realizada con el objetivo de ser exhibida a través de la televisión. De no ser así, se deberán incorporar elementos adicionales de información, contexto o reflexión, que colaboren a una mejor apreciación de los contenidos, en cuanto a su valor, pertinencia y contribución al acervo cultural.

**5.** Sin perjuicio de su eventual índole cultural, para los efectos del cumplimiento de la norma, quedarán excluidos los eventos deportivos, las telenovelas, las campañas de bien público y los programas informativos.

**6.** Desde el punto de vista de la supervisión, y para ser considerados en la medición, los programas deberán ser emitidos íntegramente durante el “horario de alta audiencia”.

**7.** Se entenderá por horario de alta audiencia el comprendido entre las 18:00 horas y las 00:30 horas en los días de lunes a viernes, y el comprendido entre las 16:00 y las 00:30 horas en los días sábados y domingo.

**8.** Cada programa deberá tener una duración mínima de 30 minutos.

**9.** El programa ya informado, para dar cumplimiento a esta norma, podrá repetirse hasta tres veces en un plazo de tres años, debiendo existir un intervalo de no menos de 6 meses entre una y otra exhibición.

**10.** Las normas establecidas en los números 8 y 9 anteriores no se aplicarán a los microprogramas, cuya duración deberá ser entre uno y cinco minutos.

**11.** Los programas que los canales informen al Consejo como culturales, deberán ser identificados, en pantalla, con un símbolo común para todas las concesionarias.

**12.** Los representantes legales de los canales, o quienes se encuentren legalmente habilitados para subrogarlos, deberán informar mensualmente al Consejo su programación cultural, debiendo enviar los antecedentes, por escrito, y dentro de los últimos cinco días hábiles del mes anterior al informado.

La presente normativa entrará en vigencia el día 1º de octubre de 2009.”

## Tabla comparativa entre la norma vigente y la norma propuesta

NORMATIVA ACTUAL		NORME PROPUESTA POR LA COMISIÓN DE CULTURA (junio de 2009)
NORMA DE 1998 (modificada el 2009)	NORMATIVA COMPLEMENTARIA (2003)	
<p>El Consejo Nacional de Televisión, haciendo uso de la facultad recién señalada, en sesión de hoy y por la unanimidad de sus miembros presentes acordó:</p> <p>1°.- Establecer que los canales de radiodifusión televisiva de libre recepción deberán transmitir a lo menos una hora de programas culturales a la semana, con el fin de estimular el interés público por las expresiones de la cultura. Se entenderá por programas culturales los dedicados a las artes o a las ciencias, en un sentido amplio.</p>		<p>1.- Las concesionarias de radiodifusión televisiva de libre recepción, en adelante los canales, estarán obligados a transmitir programas culturales, en horario de “alta audiencia”, al menos una hora cada semana.</p>
	<p>1°.- Sólo podrán ser considerados programas culturales aquellos que se dediquen a difundir las artes y las ciencias en cualquier género o formato.</p>	<p>2.- Para los efectos de dar cumplimiento a esta norma, serán considerados culturales los programas de alta calidad que se refieran a las artes y las ciencias, así como aquellos destinados a promover y difundir el patrimonio universal, y en particular nuestro patrimonio nacional.</p>
	<p>2°.- Por arte se entenderán todas las expresiones literarias, plásticas, audiovisuales, musicales y arquitectónicas, así como sus combinaciones.</p>	<p>a.- Por arte se entenderán todas las expresiones literarias, plásticas, audiovisuales, musicales y arquitectónicas, así como sus combinaciones.</p>
	<p>3°.- Por ciencia se entenderán todos aquellos cuerpos de ideas y conocimientos contenidos en las llamadas ciencias exactas, naturales y sociales, incluyendo disciplinas como la historia, el derecho y la filosofía, tanto en sus expresiones propiamente científicas como tecnológicas.</p>	<p>b.- Por ciencia se entenderán todos aquellos cuerpos de ideas y conocimientos contenidos en las llamadas ciencias exactas, naturales y sociales, incluyendo disciplinas como la historia, el derecho y la filosofía, tanto en sus expresiones propiamente científicas como tecnológicas.</p>
		<p>c.- Por patrimonio se entenderá –como expresión de nuestra</p>

		<p>identidad - el conjunto de bienes materiales, inmateriales y naturales valorados socialmente, por lo que ameritan ser conocidos, apreciados y transmitidos de una generación a otra. Comprende bienes muebles e inmuebles que son testimonio del talento creativo de intelectuales, artistas y científicos; edificaciones y conjuntos urbanos y sitios de valor histórico, paisajístico y artístico; los modos de vida propios de las diversas identidades vivas y pasadas, con sus tradiciones y expresiones, como también las evidencias geológicas y de la diversidad geográfica y biológica.</p>
	<p>5°.- No serán considerados programas culturales, en general, los eventos deportivos, las campañas de bien público, los concursos de preguntas y respuestas, las películas de ficción que no estén enmarcadas en un contexto crítico o histórico, las telenovelas ni los programas periodísticos que no agreguen elementos de reflexión artística o científica.</p>	<p>3.- Los programas culturales podrán ser de cualquier género y deberán estar realizados en concordancia con los códigos y el lenguaje específico del medio televisivo, asumiendo los mayores niveles de profesionalismo en todos los factores involucrados en la producción y considerando de manera efectiva la satisfacción de las audiencias.</p>
	<p>4°.- Serán considerados programas culturales los comprendidos en los puntos anteriores que expongan activamente las artes y las ciencias. Si fuere necesario para ello, se incorporarán elementos adicionales de información, asociación, reflexión o contextualización, de manera de guiar al televidente acerca de las características de la creación artística y científica en cuanto a su valor, pertinencia, contribución al acervo cultural o historia.</p>	<p>4.- Para los efectos del cumplimiento de esta norma, serán considerados los contenidos cuyos formatos correspondan a los de una producción realizada con el objetivo específico de ser exhibida a través de la televisión. De no ser así, se deberán incorporar elementos adicionales de información, contexto o reflexión, que colaboren a una mejor apreciación de los contenidos, en cuanto a su valor, pertinencia y contribución al acervo cultural.</p>
		<p>5.- Sin perjuicio de su eventual índole cultural, para los efectos</p>

		del cumplimiento de la norma, quedarán excluidos los eventos deportivos, las telenovelas, las campañas de bien público y los programas informativos.
2°.- Estas transmisiones deberán hacerse en horas de alta audiencia, quedando a criterio de cada concesionaria determinar la hora y día dentro de dicho horario, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 3°.		6.- Desde el punto de vista de la supervisión, y para ser considerados en la medición, los programas deberán ser emitidos íntegramente durante el "horario de alta audiencia".
3°.- Por horas de alta audiencia se comprenderán aquellas que van desde las 18:00 horas hasta las 23:00 horas	6°.- El horario en que deberá exhibirse programación cultural se extenderá hasta las 24 horas.	7.- Se entenderá por horario de alta audiencia el comprendido entre las 18:00 horas y las 00:30 horas de lunes a viernes y de 16:00 a 00:30 en los días sábados y domingos.
		8.- Cada programa deberá tener una duración mínima de 30 minutos.
		9.- El programa informado para dar cumplimiento a esta norma, podrá repetirse hasta tres veces en un plazo de tres años, debiendo existir un intervalo de no menos de 6 meses entre una y otra exhibición.
		10.- Las normas establecidas en los números 8 y 9 anteriores no se aplicarán a los microprogramas, cuya duración deberá ser entre uno y cinco minutos.
		11.- Los programas que los canales informen al CNTV como culturales, deberán ser identificados, en pantalla, con un símbolo común para todos.
4°.- Los servicios de televisión de libre recepción comunicarán al Consejo, dentro de los diez últimos días de cada mes, mediante carta suscrita por su correspondiente autoridad superior, la forma en que cumplirán, durante cada una de las semanas del mes inmediatamente siguiente, lo dispuesto en los artículos anteriores.	7°.- A partir de la vigencia del presente acuerdo las concesionarias informarán cada dos meses al Consejo Nacional de Televisión sobre su programación cultural de los próximos sesenta días.	12.- Los representantes legales de los canales, o quienes se encuentren legalmente habilitados para subrogarlos, deberán informar mensualmente al CNTV su programación cultural, debiendo enviar los antecedentes, por escrito, y dentro de los últimos cinco días hábiles del mes anterior al informado.

	8°.- Este acuerdo se publicará en el Diario Oficial y empezará a regir el 1° de mayo de 2003.	13.- La presente normativa entrará en vigencia el día 1° de octubre de 2009.
--	---	--

## BIBLIOGRAFÍA

**Encuestas Nacionales de Televisión (ENTV):** 1999, 2002, 2005 y 2008.

**Congreso sobre Televisión Cultural.** Fundación de Nuevo Periodismo Iberoamericano y la Escuela de Periodismo de la UDP, agosto 2007.

**II Encuentro de Televisión Cultural Iberoamericana. Sto. Domingo (República Dominicana), marzo 2009.** Organizada por la ATEI (Asociación de la Televisión Educativa y Cultural Iberoamericana)

**Sesiones de la Comisión de Ciencia y Tecnología de la Cámara de Diputados.** Valparaíso, noviembre 2008 a enero 2009.

**Encuesta de consumo cultural y acceso a bienes culturales.** CNCA-INE, 2004-2005.

**“Chile quiere más cultura”** CNCA, Mayo 2005.

**“Percepciones sobre calidad en la televisión”.** CNTV, abril de 1999 (<http://www.cntv.cl/medios/Publicaciones/Archivos/calidad.doc> ).

**Programación Cultural en Televisión Abierta 2008.** Departamentos de Supervisión y Estudios, CNTV, Mayo 2009

**“Televisión Abierta: Satisfacción y percepción de calidad. Estudio cualitativo a través de la técnica de grupos focales”, 2007**  
(<http://www.cntv.cl/medios/Publicaciones/Satisfaccionycalidadfinal.pdf> )

**Convenciones UNESCO :** Convención para la protección del patrimonio mundial cultural y natural (1980); Convención para la salvaguarda del patrimonio inmaterial (2003); y Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales (2007). Fuente: <http://portal.unesco.org/es/>

**Cultura en televisión desde la perspectiva de los reguladores.** CNTV, Departamento de Estudios, Santiago, 2008