

# BALANCE

## PROGRAMACIÓN CULTURAL 2021

DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS

2022

## CONTENIDO

INTRODUCCIÓN .....	3
METODOLOGÍA.....	5
PRINCIPALES RESULTADOS .....	7
ANTECEDENTES DE FISCALIZACIÓN.....	11
OFERTA CULTURAL EN LA TV ABIERTA.....	22
CONSUMO DE PROGRAMACIÓN CULTURAL .....	27
ANÁLISIS DE AFINIDAD.....	34
EPILOGO .....	39
ANEXO: NORMA CULTURAL.....	40

## INTRODUCCIÓN

La misión original de la televisión, de informar, educar y entretener, propuesta en 1924 por el primer director general de la BBC, John Reith, en su declaración sobre la función de la radiotelevisión, trasunta que, desde un inicio, estuvo entre sus objetivos, incrementar la educación de los televidentes; de aquí que las leyes referidas a la televisión en Chile, tuvieran desde siempre, como objetivo principal la educación, y en definitiva la cultura.

La concepción del medio televisivo como un instrumento privilegiado para posibilitar el acceso a la cultura a la teleaudiencia, ha sido un tema abordado en todas las sociedades, desde el inicio de la televisión como medio de comunicación, también en Chile cuya primera opción fue por las televisoras universitarias, autorizándose posteriormente al Estado de Chile a instalar y operar un canal de televisión, con la posibilidad de dar cobertura completa al país.

La Ley N° 17.377 que creó el primer CNTV y posteriormente, la Ley N° 17.398, que consagró el derecho a establecer, operar y explotar canales de televisión a todas las universidades del país, también contemplaba la transmisión y/o difusión de programas de alto valor cultural o relevancia social. En la ley N° 18.838 de 1989, se refiere al rol cultural de la televisión en su artículo primero, al definir su correcto funcionamiento.

Posteriormente, en la modificación de 1992 (Ley N° 19.131), se refuerza este rol en los artículos 1° y 12° letra b) y l), donde se crea el Fondo CNTV que persigue “Promover, financiar o subsidiar la producción, transmisión o difusión de programas de alto nivel cultural o de interés nacional o regional”; y se impone a los canales la obligación de transmitir una hora semanal de programación cultural.

Más tarde, el año 2014, la Ley N° 20.750 continúa este proceso de mayor acento en los contenidos culturales con su artículo 1°, que incluye el concepto de diversidad cultural y señalando que también se podrá considerar como “correcto funcionamiento” la difusión de programación de carácter educativo, cultural; el artículo 2°, que dispone que podrán ser Consejeros, entre otros, quienes tengan una reconocida trayectoria en el ámbito de la cultura; y la letra l) del artículo 12°, que ordena al CNTV establecer que los concesionarios deberán transmitir a lo menos cuatro horas de programas culturales a la semana, norma de la cual se derivó la Normativa sobre Emisión de Contenidos Culturales del año 2014, complementada el año 2016.

La definición normativa determina que el contenido cultural en emisiones en televisión se define de acuerdo a las siguientes directrices: *Identidades multiculturales; formación cívica; fortalecimiento de identidades nacionales, regionales o locales; promoción del patrimonio universal; promoción del patrimonio nacional*<sup>1</sup>.

Así, como se ha visto, la vocación cultural de la televisión chilena, ha estado presente desde su inicio, en particular desde el año 1992, con la creación de una franja cultural semanal, que, aunque escasa –de sólo una hora- sentó las bases para la franja de cuatro horas del año 2014. En esa misma línea, el año 1992, se estableció el Fondo de Fomento, que ha ido aumentando sus recursos año tras año y ha representado un gran avance en la mejora de la calidad de los contenidos en la televisión.

De todo lo expuesto anteriormente, surge entonces, la pregunta que subyace en la base de este trabajo, ¿cuál es el estado actual de los contenidos culturales en la televisión chilena?, ¿en qué consisten dichos contenidos?, ¿quiénes son sus audiencias?, ¿qué efectos tienen estos contenidos sobre los telespectadores?, etc.

---

<sup>1</sup> Ley 18.838. Título II Artículo 12° I. Ver Norma Cultural en Anexo.

## METODOLOGÍA

### Objetivo general

Analizar el proceso de fiscalización anual de la programación cultural y sus efectos sobre la oferta y consumo de la TV abierta.

### Objetivos específicos

- Identificar las características de la oferta cultural de programación transmitida en Televisión abierta de alcance nacional.
- Identificar las características del 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 fiscalizadas por la Unidad Cultural del Depto. de Fiscalización y Supervisión del CNTV.

### Unidad de observación

Programación cultural informada por seis canales de libre recepción y cobertura nacional (Telecanal, La Red, TV+, TVN, Mega, Chilevisión y Canal 13), su presencia en pantalla y sus audiencias.

Para este informe se trabaja con el total de la programación que el Depto. de Fiscalización y Supervisión del CNTV identificó como contenido cultural, el que posteriormente puede ser aceptado o rechazado por el Consejo. Así, se da cuenta de la totalidad del proceso de fiscalización.

### Unidad de análisis

Tiempo total en horas de programas culturales y consumo efectivo promedio por persona durante 2021.

### Fuentes de información

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

#### Variables de fiscalización

**Causal de aprobación:** contenidos que justifican la aprobación de un contenido como cultural, señalados en la normativa cultural.

#### Variables de programación

**Programa:** producción televisiva, que corresponde a uno o varios géneros televisivos, y que puede consistir de una única emisión o capítulo, o varios.

**Emisión:** capítulo de un programa de televisión.

**Duración:** tiempo total de un programa o emisión.

**Horario de emisión:** hora a la que se transmite un programa o emisión.

**Canal:** estación televisiva que transmite contenido.

#### Variables de audiencia

**ATS:** tiempo promedio de visionado, calculado entre quienes vieron al menos un minuto de programa.

**Reach:** alcance bruto. Cantidad o porcentaje de personas que vieron al menos un minuto de programa.

**Rating:** cantidad o porcentaje de personas que vio el programa, ponderado por ATS.

**Afinidad:** rating de un público específico, comparado con el rating general. Sobre 100 se considera positivo.

## PRINCIPALES RESULTADOS

### Antecedentes de fiscalización

- En promedio, durante 2021 se fiscalizaron 332 emisiones por mes, siendo agosto el mes con más emisiones fiscalizadas (428) y abril el con menos (254).
- **Del total de programas informados como culturales, el Consejo aceptó el 83,4%.** Se destaca Telecanal, con un 100% de aprobación en su programación informada como cultural; y en segundo lugar, se destaca MEGA, con un 97,1% de aceptación. Por su parte, Canal 13 solo tiene un 58,9% de aceptación, siendo el canal con el menor porcentaje.
- Los temas principales para la aceptación de la programación como cultural fueron **Identidad** y **Patrimonio Universal**, descritos en la norma. Los contenidos presentados como **Multiculturalidad** son los que logran menos aceptación.
- Con respecto a la programación rechazada, en un 57% de los casos se debe a que no recibe la aprobación del Consejo. No obstante, el 41,3% de la programación cultural rechazada se debe al incumplimiento del horario exigido por la norma. Hay programación en pantalla que, pudiendo calificar como cultural por su contenido, queda fuera por su horario de emisión.

## Programación cultural de la TV abierta

- Un 7,2% de la oferta de TV abierta del año 2021 es programación cultural, siendo la cifra más alta desde la implementación de la nueva normativa, impuesta en 2016.
- Del total de horas aprobadas por el CNTV como programación cultural, **el canal con mayor presencia de este tipo de contenidos es TVN (23%), seguido por Canal 13 (17,4%) y La Red (16,6%)**. Mega, por el contrario, es el canal con menor presencia de este tipo de programación en sus pantallas con un 8,2% del total de programación cultural.
- El 80,4% de los contenidos culturales de la TV abierta se emite los fines de semana y el 54,6% de esta programación se emite en horario diurno (09:00 a 18:30)
- Del total de programación definida como cultural, un 31,1% corresponde al género de Reportajes.
- En cuanto a los contenidos específicos de esta programación, se pudo observar que el 51,7% se concentra en cuatro categorías: Costumbres/Identidad/Tradiciones (14,8%); Viajes/Recorridos (14,3%); Político-cívico-económico (12,3%) e Histórico/Biográfico (10,3%)



## Consumo de programación cultural

- En concordancia con la Oferta de TV cultural, el **2021 fue el año de mayor consumo de programación cultural desde la implementación de la nueva normativa**, alcanzando un 7,9% del total del consumo de televisión abierta.
- Durante 2021, el rating de programación cultural alcanzó los 4,1 puntos. Si bien existe una baja con respecto al año 2020 - año de confinamientos- la sintonía queda por sobre lo obtenido desde 2019 hacia atrás.
- En general, se observa una tendencia al alza en el consumo de la programación cultural en los últimos años.
- **CHV es el canal con mayor rating en su programación cultural, tanto en los días de semana como los fines de semana.** Le siguen MEGA y TVN. Cabe destacar que la parrilla cultural de TVN tiene mayor sintonía que la de MEGA de lunes a viernes, pero los fines de semana la relación se invierte, pasando MEGA al primer lugar.
- La programación emitida durante los fines de semana es vista por más tiempo que aquella programación cultural emitida durante la semana.
- Entre los programas con mayor sintonía en la programación cultural de lunes a viernes, se encuentra *Chile conectado* de TVN y *Sabingo* de CHV, emitidos en horario diurno. En horario prime, se destacó el *Debate de primarias 2021*, emitido por CHV y el programa *Sin parche* de TVN. El programa *Debate Presidencial*, emitido por MEGA, CHV y TVN, también obtuvo las mejores sintonías entre los programas culturales del año 2021.
- Durante los fines de semana, *Sabingo* (CHV) y la *Parada Militar* emitida por TVN, MEGA y Canal 13 tuvieron una alta sintonía en el horario diurno. Los *Juegos Olímpicos Tokyo 2020* (TVN) y *Trocamundo* (CHV) tuvieron la más alta sintonía en horario prime.

## Afinidad con programación cultural por GSE

- La afinidad se define como la cercanía que un programa tiene con un segmento de la audiencia. Se calcula dividiendo el rating del programa en un público específico, por el rating total. Si el resultado está sobre 100, se dice que hay una mayor cercanía para ese público que para la audiencia general.
- De la programación cultural vista por el segmento D, el **60,1% tiene afinidad con estos contenidos, cayendo respecto de 2020**, cuando era 76,5%. De lunes a viernes, este grupo tiene una gran afinidad con programas de contenido religioso, con programas de recorrido y con el contenedor *Sabingo*. Los fines de semana, los programas religiosos y los *Juegos Olímpicos Tokyo 2020* son los que tuvieron mayor cercanía.
- El 41,3% de los programas culturales vistos por el segmento C3 tiene afinidad con este estrato. No obstante también se puede observar una baja con respecto al 2020, donde la cifra era 51,8%. Los documentales insertos en el contenedor *La Redocumentales*, los programas con contenido político electoral y los programas musicales, destacan en la semana. Durante los fines de semana, su afinidad se encuentra con programas biográficos y artísticos.
- La programación cultural afín al segmento C2 aumenta respecto al año anterior: en 2020 un 23,9% de los programas culturales tenían afinidad, mientras que en 2021 se alcanzó el 42,4%. Durante la semana, este GSE tiene más afinidad con documentales que abordan temas culturales, históricos y biográficos, como también debates electorales y programas de recorrido, viaje, aventura y culinarios. Los fines de semana destaca su afinidad con programas artísticos y biográficos.
- **Si bien el grupo ABC1 es el grupo que tiene menor proporción de programas culturales con afinidad, presenta el crecimiento más notable con respecto a 2020** (donde también era el GSE con menor afinidad), pasando de un 7,5% en 2020 a un 32,5% en 2021. Su mayor cercanía se da con documentales periodísticos y de debate político durante los días de semana. Los fines de semana destacan los programas con contenidos religiosos, artísticos, biográficos y de discusión política.

## ANTECEDENTES DE FISCALIZACIÓN

En este apartado se presenta información respecto al proceso de fiscalización en su conjunto, desde la cantidad de casos y horas fiscalizados, recomendaciones del Departamento de Fiscalización y Supervisión, resoluciones del Consejo, razones para la aceptación o rechazo de programación cultural informada por los canales, entre otros aspectos.

Cada canal debe informar al CNTV, mensualmente, qué programas van a ser considerados como culturales. Cada emisión informada por los canales es luego fiscalizada, para evaluar si cumple o no con la normativa.

El número de horas y emisiones fiscalizadas de programación cultural es similar en su totalidad. La relación entre emisiones y horas culturales arroja un promedio de una hora de duración para estos programas. En el año 2021, la cantidad de emisiones fiscalizadas fueron 3.926, levemente superior al año 2020, cuando se fiscalizaron 3.569 emisiones informadas por los canales.

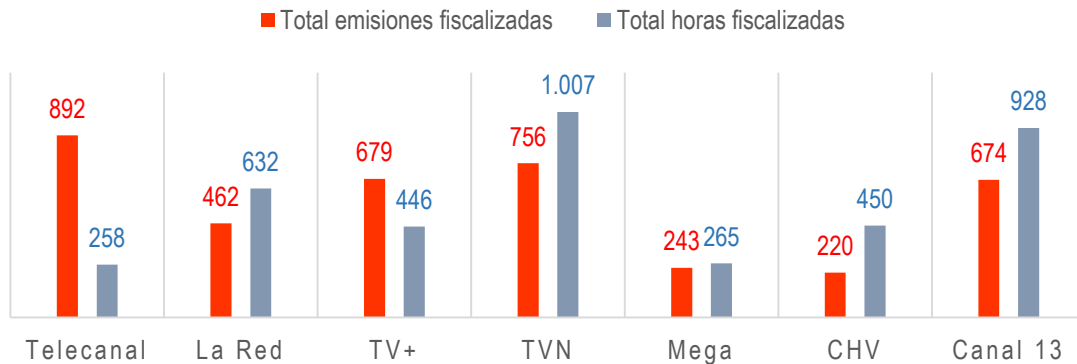
**Gráfico n° 1: Total de emisiones y horas de programación cultural fiscalizadas**



Todos los canales cumplen con las cuatro horas de programación cultural semanal, exigidas por ley. Algunos incluso van más allá de la norma, ofreciendo el doble de lo reglamentario. La forma en que deciden cumplir con la normativa es distinta para cada estación. Algunos canales tienen una gran cantidad de emisiones, pero con programas de corta duración, mientras otros optan por espacios más extensos.

El siguiente gráfico muestra la cantidad de horas y emisiones fiscalizadas, por canal:

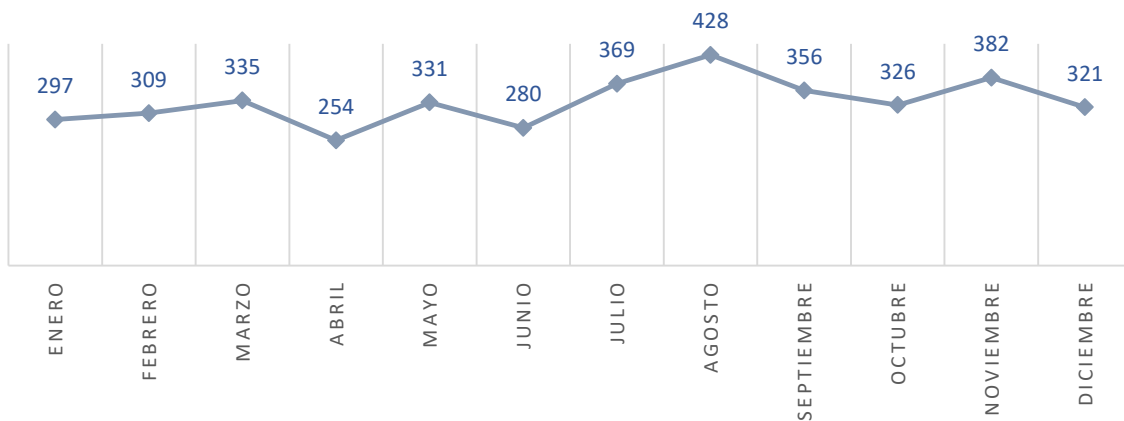
**Gráfico n° 2: Emisiones y horas fiscalizadas de programación cultural, por canal**



Telecanal y TVN son los canales con mayor cantidad de emisiones de programas culturales, pero no así en horas. Para el primero, el número de capítulos se engrosa con las 465 emisiones del micro programa *Caminando Chile*, de dos minutos de duración para cada una, aproximadamente. A esto se suman tres programas definidos como culturales: *Reino animal*, *Redescubriendo el Yangtze* y *Conciertos de la Filarmónica de Viena*. Cuatro programas, con numerosas emisiones, cumplen con la normativa.

**Gráfico n° 3: Horas de programación cultural fiscalizadas, por mes**

Total: 3.987 horas fiscalizadas



Mensualmente se fiscalizan 332 emisiones, en promedio. El número máximo de revisiones de programación informada por los canales ocurrió en agosto (428), mientras que abril fue el mes con menos fiscalizaciones (254). Esta tarea corresponde a la Unidad Cultural, del Departamento de Fiscalización y Supervisión, que luego de revisar la programación informada, entrega una sugerencia al Consejo, que finalmente decide. Los datos entregados en este informe en horas de fiscalización permiten dimensionar la magnitud de la tarea, así como evaluar el volumen de cumplimiento, pero la aceptación como programación cultural

se evalúa respecto de una emisión completa, independiente de su duración, como se muestra en el siguiente gráfico.

**Gráfico n° 4: Programación cultural por estado, sugerencia y resolución final (%)**

Base: 3.926 emisiones fiscalizadas

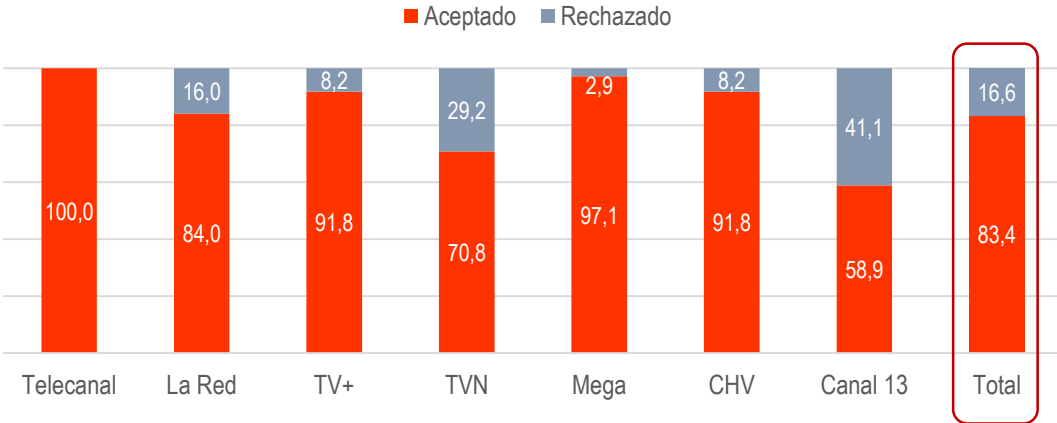


Como se aprecia, el Consejo acepta el 83,4% de las emisiones de programas informados por los canales como culturales, rechazando sólo el 16,6%, equivalente a 653 de las 3.926 emisiones fiscalizadas en 2021. Más aún, hay una casi total correspondencia entre las recomendaciones de la Unidad Cultural y lo resuelto por el Consejo: la sugerencia se acoge 99,5% de las veces. Sólo hubo 18 emisiones que la Unidad Cultural sugirió aprobar, pero que el Consejo rechazó. De estas, diez fueron capítulos del programa *Lugares que hablan* de Canal 13.

Por canal, la situación es la que sigue:

**Gráfico n° 5: Emisiones aceptadas o rechazadas por el Consejo, por canal (%)**

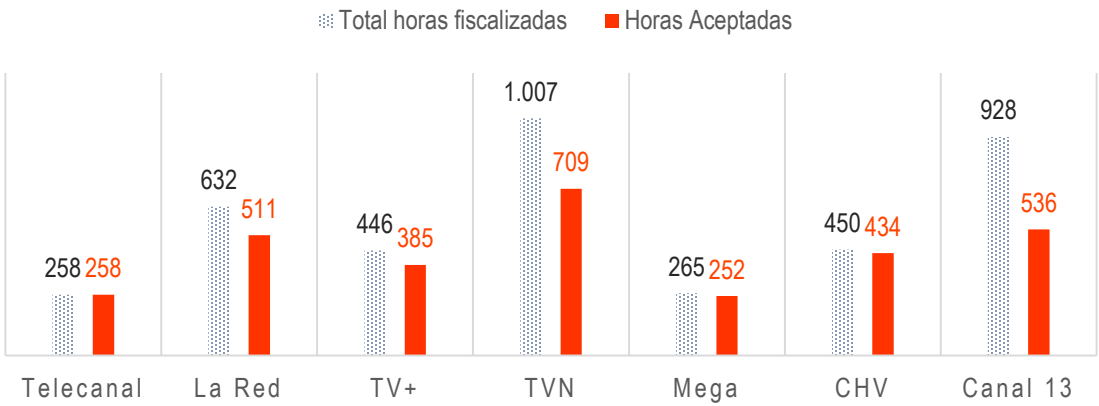
Base: 3.926 emisiones fiscalizadas



Telecanal es la única estación cuya programación cultural informada es aceptada en su totalidad por el Consejo. En general, hay cierta equivalencia entre la cantidad de horas informadas como programación cultural y las que son aceptadas.

El caso de TVN y Canal 13 es distinto, lo que impacta directamente en el de fiscalización, ya que informan casi el doble de horas de programación cultural respecto a las horas que son finalmente aceptadas. Si bien se trata de los dos canales con mayor presencia de programación cultural en pantalla, este gráfico muestra que informan mucho más de lo descrito normativamente.

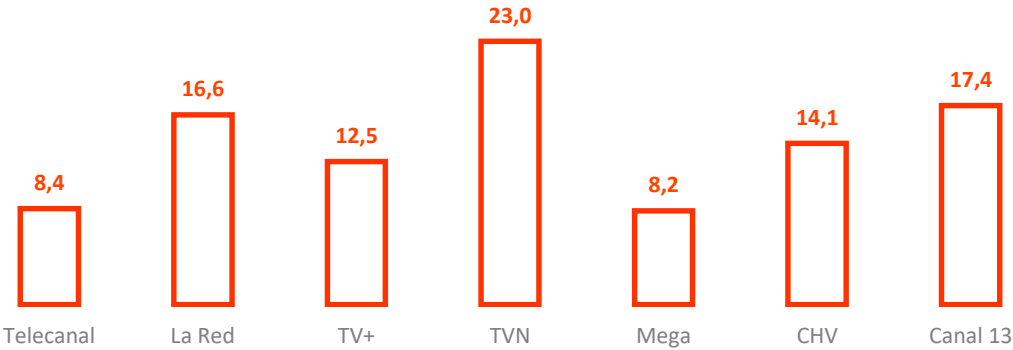
**Gráfico n° 6: Horas fiscalizadas y aceptadas, por canal**



Así, TVN informa 1.000 horas como culturales, de las que resultaron aceptadas 709. Con todo, estas horas representan un 23% del total de la programación cultural de la televisión abierta. El siguiente gráfico muestra, en porcentaje, el aporte de cada canal:

**Gráfico N° 7. Distribución de programación cultural, por canal (%)**

Base: 3.086 horas aceptadas



Mega y Telecanal representan la menor proporción de horas culturales del sistema en su conjunto.

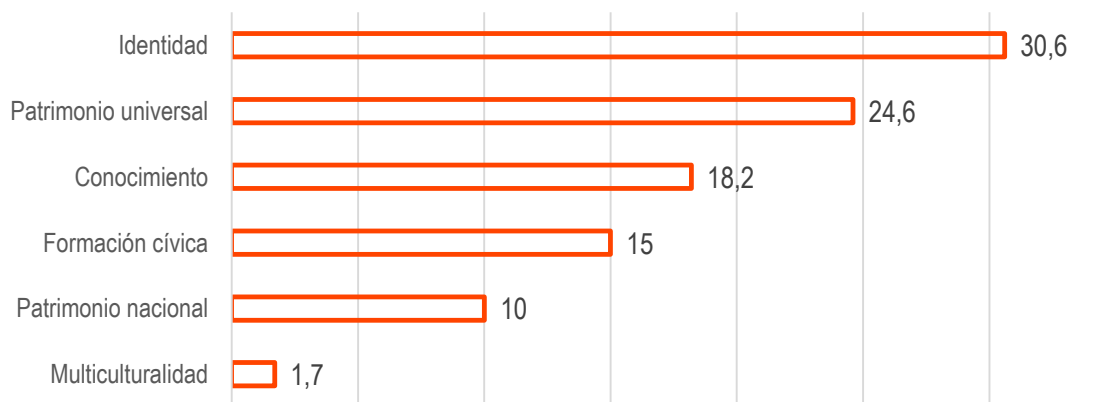
## PROGRAMACIÓN CULTURAL ACEPTADA

La decisión de aceptar o rechazar se toma sobre la base de las causales señaladas en la normativa de programación cultural. La norma de 2016, al tiempo que aumentó la exigencia de horas semanales de transmisión, también amplió los criterios de definición de los contenidos culturales para ser emitidos por televisión, lo que obliga a balancear programas con estos contenidos y la captura de audiencias para los mismos.

La distribución de las mismas, para el año 2021, fue la siguiente:

### Gráfico n° 8: Causales de aceptación de programación cultural

Base: 3.273 emisiones aceptadas



La principal causal de aceptación de los contenidos culturales informados por los canales de TV abierta es la **Identidad**, ya sea nacional o cultural. Programas como estos permiten conocer culturas de pueblos originarios, así como de personas o grupos de inmigrantes asentados en el país.

El **Patrimonio Universal** destaca como segunda causal de aceptación. Este se asocia a contenidos que muestran al mundo en su complejidad y diversidad, tanto social y cultural, como natural.

En tercer lugar, el **Conocimiento** se sitúa dentro de las causales más invocadas en la aceptación de la programación cultural por parte del Consejo. Los programas con estos contenidos versan sobre ciencia, ecología, salud y humanidades.

La **Formación cívica** también tiene su lugar dentro de las causales de aceptación. Aquí se encuentran programas que apuntan principalmente a la discusión política y la discusión sobre temas de interés ciudadano.

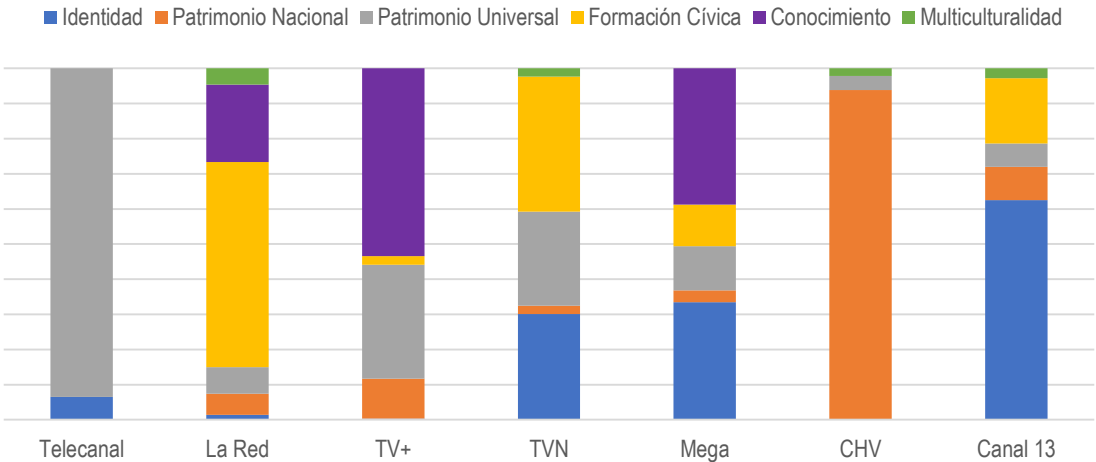
Por su parte, la **Multiculturalidad** tiene una baja presencia entre los contenidos culturales informados por los canales y aceptados por el Consejo. Es más, son solo 4 los programas

que traen este tipo de contenido: *Chilezuela* (La Red), *Sueños Latinoamericanos* (TVN), *Trocamundos* (CHV) y *Cocina sin fronteras* (Canal 13).

De acuerdo a la programación aceptada por el Consejo y las causales de aceptación invocadas, es posible construir un perfilamiento de la programación cultural de cada canal de TV abierta, la que se muestra a continuación:

**Gráfico n° 9: Causales de aceptación de programación cultural. Perfil por canal**

Base: 3.273 emisiones aceptadas



**Telecanal**

La programación cultural de Telecanal consta de cuatro programas, de los cuales el de mayor presencia es el mencionado *Reino animal*, que aborda el patrimonio natural de la tierra en su conjunto. Luego, están los *Conciertos de la Filarmónica de Viena*, que promueven el patrimonio artístico universal; y el programa *Redescubriendo el Yangtzé*, también considerado como patrimonial, a nivel mundial. Los escasos contenidos referidos a la identidad se encuentran en el microprograma *Caminando Chile*, donde se realiza un recorrido breve de lugares e historias de la identidad cultural de nuestro país.

**La Red**

Este canal tiene una programación cultural más diversa, cuyo centro son programas que aportan contenidos para la formación cívica de las audiencias. Ejemplo de estos serían programas de corte político como *Pauta libre* y el programa de entrevistas *Poder y verdad*, pero también espacios dedicados al tratamiento y cobertura de las elecciones realizadas durante el año 2021. 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*, *Chile sustentable*, *Puente energético* o el programa de investigación periodística *Jaque Matus*. Al mismo tiempo, los documentales relativos a hechos históricos y sus protagonistas, se consideran un aporte a la formación cívica y la memoria. También figura *Plaza Sésamo*, cuyo aporte es el de reforzar los valores de la sociabilidad y el aprendizaje a niños y niñas.

### TV+

En la programación cultural de TV+ priman dos tipos de contenidos: el conocimiento y el patrimonio universal. Estos contenidos se encuentran en la mayor parte de los programas emitidos por esta estación. Se trata de programas variados, de carácter histórico, biográfico y científico- astronómico, como *Los secretos de los océanos*, *Genius*, *La historia de nosotros*, *Inmigrantes*, *Cosmos*, *Megaestructuras*, *La ciencia de lo absurdo*, entre otros.

### TVN

La programación cultural de Televisión Nacional es diversa, pero se concentra principalmente en tres contenidos: formación cívica, identidad y patrimonio universal. Los programas que aportan a la formación cívica de las audiencias están, por un lado, en los programas políticos y electorales; otros de corte más ciudadano y de discusión pública, como los espacios entregados a la discusión constitucional; los programas de investigación periodística como *Informe especial* y de tratamiento de temas de interés general, que en el caso del programa *¿Cuál es tu huella?* apunta más a la relación entre la actividad humana y el medio ambiente.

Cabe destacar -en el ámbito de los contenidos que aportan a la comprensión del entorno y la civilidad-, la transmisión de los *Juegos Olímpicos* y *Paralímpicos*. Ambos eventos deportivos cumplen con la formación cívica, en tanto que explican y tratan deportes alejados del conocimiento y practica masiva, incentivando valores y conocimientos muy importantes que repercuten en la convivencia social, como el compañerismo, la superación personal, la integración social, entre otros.

Los programas que contienen identidad son principalmente espacios de recorrido por la geografía natural, social y cultural del país y la región, como *Frutos del país*, *Chile conectado*, *La Odisea*, *Este es mi mundo*, *Héroes de hoy* o la serie con financiamiento del Fondo CNTV 62, *Historia de un mundial*.

## MEGA

Más del 72% de la programación cultural de MEGA es de dos tipos de contenido cultural: contenidos sobre conocimiento (38,8%) y sobre identidad (33,5%). Los programas que contienen estos elementos son variados en cuanto a géneros y formatos, particularmente los dedicados a identidad. Destacan *Selección nacional*, *Almacén*, *Disfruta la ruta* y *Viajando ando*, todos sobre recorridos por el país, regiones y barrios.

Por otra parte, asociado a conocimiento se encuentra *Kilos mortales*, un espacio que cuenta historias de vida de personas obesas que intentan superar su condición.

## CHV

Un 93% de programación cultural de CHV apunta a mostrar el patrimonio nacional. Básicamente, se trata de recorridos por diferentes zonas del país, resaltando las culturas locales, tradiciones, costumbres, geografía y riquezas naturales.

CHV emite uno de los escasos programas con contenidos de multiculturalidad: se trata de *Secreto ancestral*, financiado por el Fondo CNTV, que indaga en aspectos específicos de la cultura de pueblos originarios del país y el continente.

## Canal 13

La programación cultural de este canal se centra principalmente en elementos de identidad (62,5%). Otros contenidos corresponden a formación cívica (18,5%) y patrimonio universal (9,5%).

Los programas sobre identidad son siete y se caracterizan por sus recorridos, viajes y costumbres culinarias.

También destaca la serie con financiamiento del CNTV *Los 80, más que una moda*, cuya presencia en pantalla ha sido significativa en el último tiempo, particularmente desde el comienzo de la pandemia por COVID19 en 2020. Por su parte, los programas que aportan a la formación cívica de las audiencias que emite este canal son programas de discusión política y electoral.

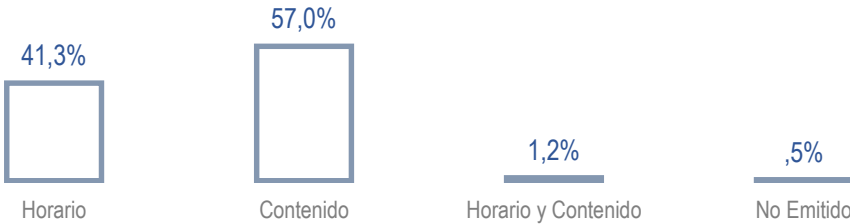
## PROGRAMACIÓN RECHAZADA

Lo expuesto anteriormente da cuenta de los perfiles de cada canal, según su programación cultural aceptada. Es de interés conocer también las razones para rechazar como cultural un programa. Esto permite visualizar la distribución de este tipo de programas en relación a la limitante estructural del franjeado.

Los canales con mayor programación cultural rechazada fueron Canal 13 y TVN, con 41,1% y 29,2% respectivamente, lo que se corresponde con que estos canales informan mayor cantidad de horas. La Red, es el tercer canal con mayor cantidad de programación cultural rechazada, lo que también se corresponde con la cantidad de horas informadas (632 horas). El resto de los canales se mantiene bajo el 10% de programación cultural rechazada.

**Gráfico n° 10: Motivos de rechazo de programación cultural**

Base: 653 emisiones rechazadas

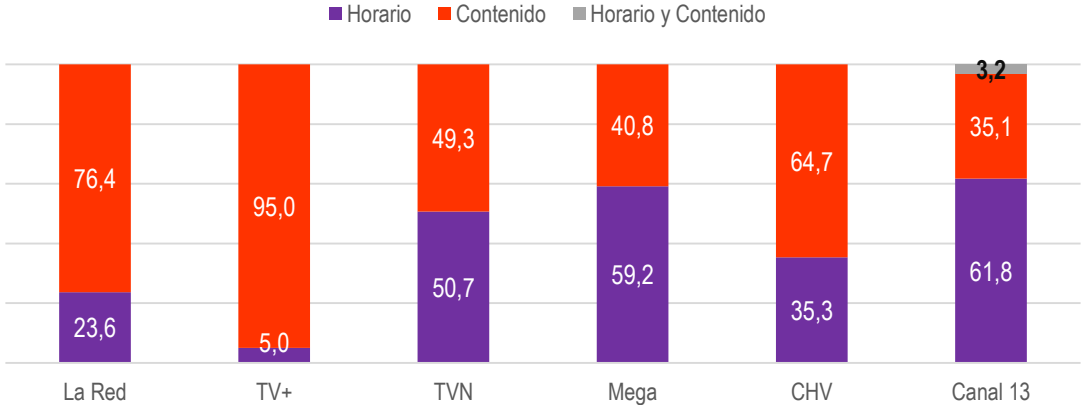


El Consejo rechaza alguna emisión informada por los canales en 41,3% de los casos sólo por no cumplir con el horario, lo cual quiere decir que sí cumple con el contenido cultural, pero se emite fuera de la franja reglamentaria. Es decir, más allá de la programación aceptada por el Consejo, hay también otros contenidos culturales en la pantalla. En raras ocasiones un programa es rechazado por horario y contenido al mismo tiempo.

El mismo ejercicio anterior de perfilamiento por canal se puede realizar para las razones de rechazo de la programación cultural informada:

**Gráfico n° 11: Motivos de rechazo de programación cultural, por canal**

Base: 653 emisiones rechazadas



### Canal 13

Canal con la mayor cantidad de emisiones rechazadas (41,1%), principalmente por no ofrecerlas dentro del horario reglamentario. Entre los programas con contenido cultural, pero que no han sido aceptados, se encuentran algunos como *El crucero*, *City tour*, *Transiberiano*, *Crónicas de la Patagonia*, *Lugares que hablan*, *Maravillas del mundo* y *Siempre hay un chileno*, como también muchas emisiones del programa culinario *Plato único* y algunas emisiones del programa de conversación política *Mesa central*.

### TVN

Es el canal que sigue en cuanto a cantidad de emisiones rechazadas. A pesar de que la Unidad Cultural determina que muchas de estas emisiones tienen contenido cultural, el 50,7% de las emisiones rechazadas a TVN son horario. Entre ellas se encuentran películas chilenas como *Machuca*, *La nana*, *Violeta se fue a los cielos* y *Gloria*; varios capítulos del programa *¿Cuál es tu huella?*, el espacio *Nuestros cuentos chilenos*, el docurreality con financiamiento del Fondo CNTV, *Libre*, entre otros.

### La Red

Este canal tiene un 16% de programación cultural informada y rechazada. De esta, el 76,4% fue por no cumplir con contenidos culturales y un 23,6% por no cumplimiento de horario. Entre estas últimas se identifican emisiones como los siguientes capítulos del programa de conversación *Mentiras verdaderas*: “El origen del despojo del territorio Mapuche”, sobre el libro del historiador Martín Correa; “Dibujando el Cosmos: los orígenes de la ciencia”; “La astronomía y la medición del tiempo”; “Música y pandemia: el encierro artístico”; “Quinteto Bravo Piazzolla”, que interpreta obras de Ástor Piazzolla; “Illapu celebra sus 50 años en los escenarios junto a *Mentiras verdaderas*”; “Hoy celebramos el natalicio 89 de Víctor Jara”. Los especiales sobre las elecciones tampoco fueron aceptados.

### CHV, TV+ y MEGA

Estos tres canales tienen la menor cantidad de emisiones informadas como culturales que fueron rechazadas (todos con un porcentaje de rechazo menor al 10%). Con respecto a estas, se puede afirmar que el 64,7% de las emisiones rechazadas de **CHV** son principalmente por no cumplir con contenidos culturales, como por ejemplo el programa *Parrilleros*. Sin embargo, hay un 35,3% de emisiones que fueron rechazadas sólo por incumplimiento de horario de transmisión, como algunos capítulos de la serie financiada por el Fondo CNTV, *Inés del alma mía*.

Por su parte, las emisiones rechazadas de **TV+** corresponden, en un 95%, a contenidos que no cumplen como culturales. Entre estos están emisiones de los programas *Dinastía Trump*, *Reyes del dolor*, *Las cosas del deporte*, *Festival Santiago es de todos*, *Bendita normalidad*, entre otros. Hay un 5% de emisiones rechazadas de **TV+** por transmisión fuera del horario establecido: *Código Dios*.

## OFERTA CULTURAL EN LA TV ABIERTA

En este apartado se muestra cómo se distribuye la programación cultural en relación a la programación total de la TV abierta, por canal, días de emisión, franjas horarias en la que se ubican, además del género televisivo y sus contenidos específicos.

La siguiente tabla da una visión general sobre los programas culturales en la televisión abierta:

**Tabla N°1. Resumen de programación cultural aceptada**

Canal	Horas de cultura anuales	Horas de cultura semanales	% respecto al total de programación cultural	% con respecto a su propia programación
Telecanal	258	5,0	8,4	3,5
La Red	511	9,8	16,6	6,4
TV+	385	7,4	12,5	4,4
TVN	709	13,6	23,0	9,6
Mega	252	4,9	8,2	3,4
CHV	434	8,4	14,1	6,0
Canal 13	536	10,3	17,4	7,2
<b>TOTAL</b>	<b>3.086</b>	<b>59,3</b>	<b>100</b>	<b>5,8</b>

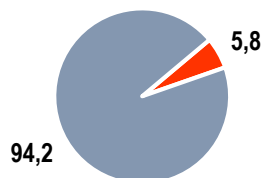
Como ya se señaló, en todos los canales se sobrepasó la norma de cuatro horas semanales. Destacan TVN, con más de 13 horas; Canal 13, que llegó a más de diez horas; y La Red, con casi 10 horas. Se llegó así a 3.086 horas anuales, que representan 5,8% del total de la oferta.

**Gráfico N° 12. Programación cultural (%)**

Base: 53.454 horas (oferta total en TV abierta 2021)

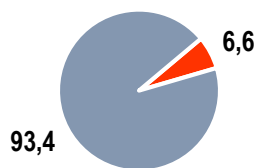
**Programación cultural en horario normativo**

- Programación cultural aceptada
- Otra Programación



**Toda la programación cultural**

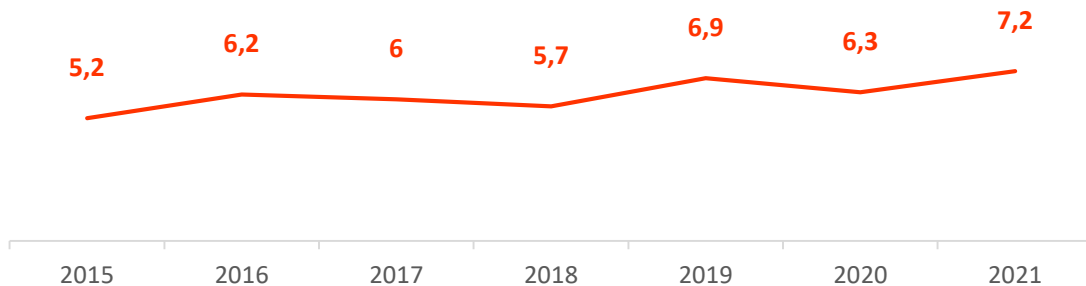
- Programación con contenido cultural
- Otra Programación



Con todo, como se desprende del gráfico anterior, si se suman las horas emitidas fuera de horario, la proporción de programas culturales crece a 6,6%.

Si, adicionalmente, se agrega toda la programación que en años anteriores fue aprobada como cultural, pero que en 2021 no fue informada por los canales, la presencia de estos contenidos aumenta a un 7,2%.

**Gráfico N° 13. Programación cultural total, por año (%)<sup>2</sup>**



Se aprecia un evidente aumento de la oferta de programación cultural a partir de la implementación de la nueva normativa cultural, en el año 2016, posicionando a estos contenidos por sobre el 6% de la oferta total de programación. Año a año se ha conformado una franja con este tipo de programación, especialmente los fines de semana, lo que ayuda a una relación más estable entre la TV y su audiencia.

**Gráfico N° 14. Presencia de programación cultural, por día de la semana (%)**

Base: 3.086 horas aceptadas



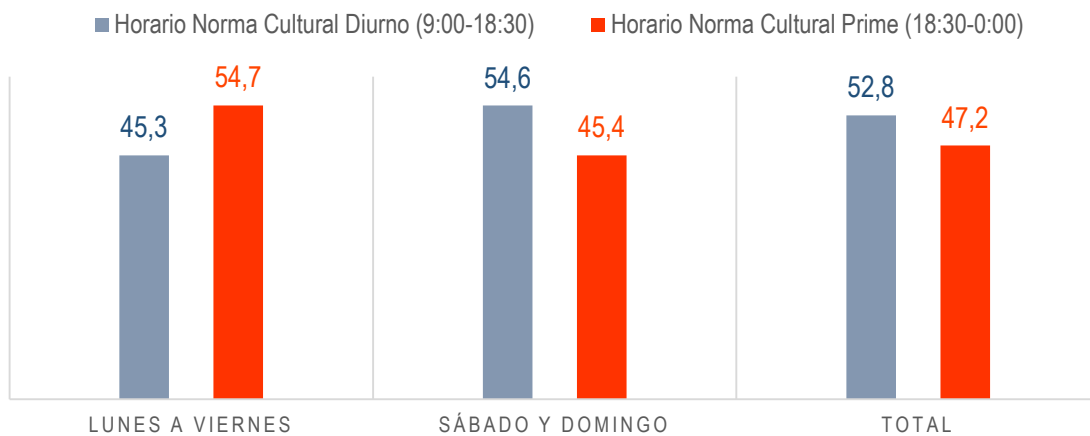
<sup>2</sup> Anuario Estadístico de Oferta y Consumo de TV Abierta, 2021.

El 80,4% de la programación cultural se transmite los fines de semana. Esta cifra (similar a años anteriores) da cuenta de una decisión constante de la industria de concentrar las cuatro horas en estos dos días. Esta decisión permite también a los canales probar programas –tanto en el contenido como en la aceptación de la audiencia- sin arriesgar franjas *prime*. Efectivamente, este *modus operandi* ha permitido crear hábitos, ha fidelizado públicos y ha consagrado algunos programas como los preferidos de la audiencia.

Con respecto a la programación emitida de lunes a viernes, es importante destacar la estabilidad de espacios de conversación (concentrado en contenidos para la formación cívica de las audiencias), pero también series chilenas relacionadas con la identidad cultural del país, entre otras.

**Gráfico N° 15. Programación cultural aceptada, por bloque horario (%)**

Base: 3.086 horas aceptadas



En general, 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 es en horario *prime*. TVN (45,6%), Canal 13 (30,6%) y La Red (17,3%) son los canales con mayor tiempo de emisión en este horario de programación cultural.

Aquí se encuentran programas como los debates electorales, la telenovela religiosa *Moisés y los 10 mandamientos* (TVN), el espacio de entrevistas *Sin parche* (TVN), la transmisión de *Juegos Olímpicos* (TVN), programas de viajes y recorrido como *Siempre hay un chileno* (C13), la serie chilena *Los 80, más que una moda* (C13), así como programas de conversación y discusión de temas de interés público como algunas emisiones de *Mentiras verdaderas* (La Red).



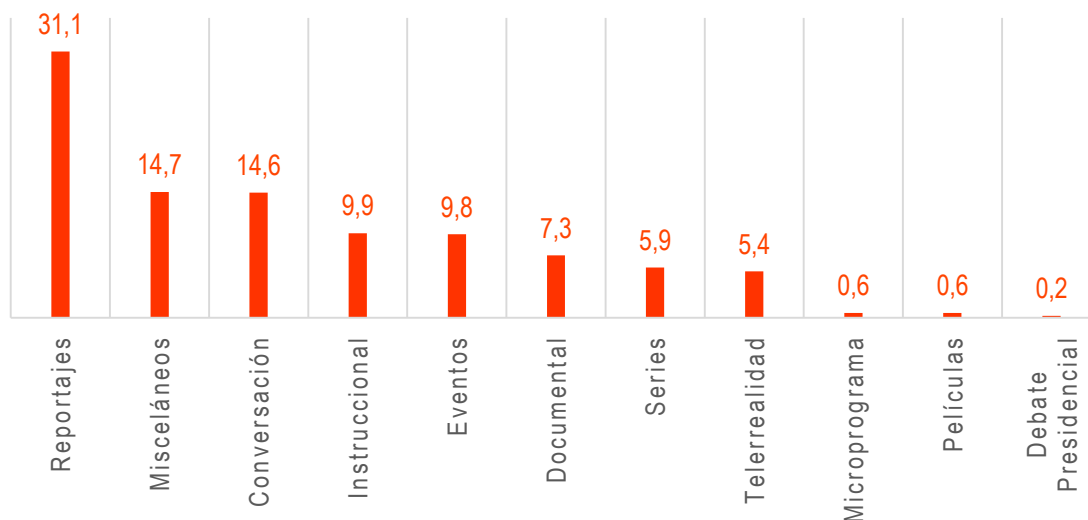
La serie *Inés del alma mía* (CHV) <sup>3</sup> también se encuentra franjeada en el *prime* en días de semana.

En el horario diurno los canales con mayor cantidad de tiempo son Telecanal (45,7%), TV+ (32,1%) y TVN (14,4%). En esta categoría, hay programas como *Reino animal* (Telecanal), *El peso de la historia* (TV+), *La ruta de Chile* (TVN) *Lugares que hablan* (C13), y otros.

Al contrario, la distribución de la programación cultural de los días sábado y domingo es mayormente emitida entre las 9:00 y 18:00 horas. En esta franja la distribución de este tipo de contenidos es más diversa. Lo encabeza Canal 13, con un 22,9%, seguido muy de cerca por TVN y CHV con 22,7% y 22% respectivamente. La Red (13%), Mega (11,3%) y TV+ (8%). Telecanal es el canal que aporta menos programación cultural en esta franja, con un 0,2%.

**Gráfico N° 16. Programación cultural, por género televisivo (%)**

Base: 3.086 horas aceptadas



Entre los programas culturales priman los reportajes por sobre otros géneros. Hay que tener presente que, en la actualidad, los programas definidos como reportajes se han ampliado más allá de la investigación periodística de denuncia, incorporando otros temas de interés común, como los identitarios y los patrimoniales.

El género misceláneo es el segundo con mayor presencia, influido por la larga duración de *Sabingo*, contenedor que en su interior ofrece variados contenidos.

<sup>3</sup> Programas con financiamiento del Fondo CNTV.

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

**Gráfico N° 17. Programación cultural aceptada, por contenidos específicos (%)**

Base: 3.086 horas aceptadas



El 51,7% de la programación cultural se concentra en cuatro contenidos.

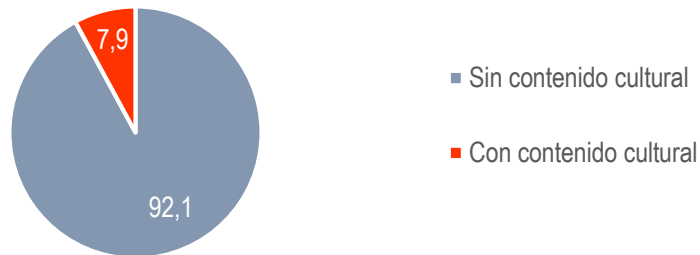
- 1) Costumbres, identidad y tradiciones
- 2) Viajes y recorridos
- 3) Políticos, cívicos, económicos
- 4) Históricos y biográficos

## CONSUMO DE PROGRAMACIÓN CULTURAL

En este capítulo se muestran cifras de consumo de programas con contenido cultural aceptados por el Consejo como tales<sup>4</sup>.

**Gráfico N° 18. Tiempo consumo (ats) de programación cultural vs. total (%)**

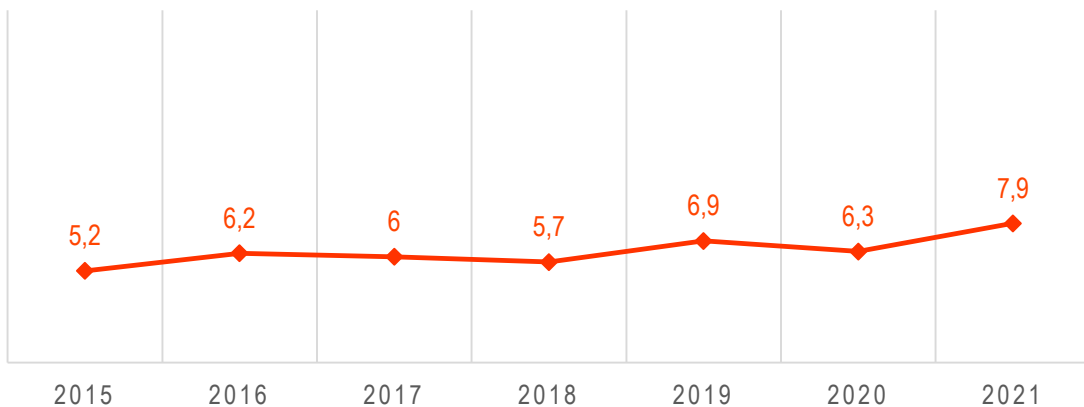
Base: 17.016 horas de consumo estimado 2021, más datos de Telecanal 2015 (1.325 horas anual)



Del total de tiempo de visionado del año 2021, el 7,9% se trató de programación cultural, lo que equivale a 1.325 horas anuales de consumo. Esta cifra ha tenido un comportamiento similar desde 2015, como se puede apreciar en el gráfico siguiente:

**Gráfico N°19. Consumo de programación cultural 2015 – 2021 (%)**

Base: 17.016 horas de consumo estimados 2021, más datos de Telecanal 2015 (1.325 horas anual)

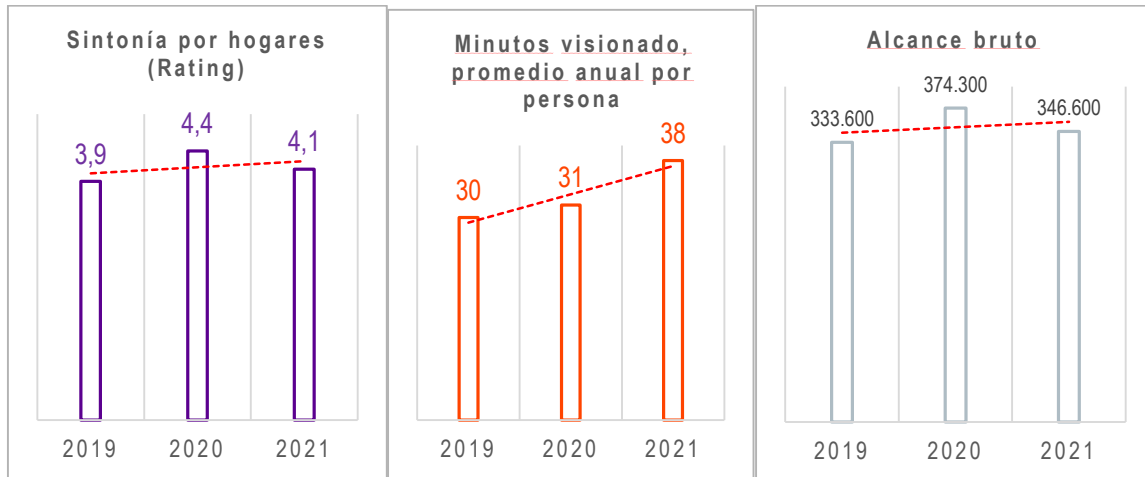


<sup>4</sup> Para esta edición, al cálculo se incorpora -de manera estimativa- el consumo de la programación cultural y el total de Telecanal, utilizando datos del año 2015 (esta estación se retiró del estudio People Meter en febrero del 2017), con el objetivo de ofrecer un análisis más amplio.

Destaca el incremento de más de un punto porcentual en relación a 2020 y de 2,5 puntos porcentuales en comparación al año 2015. A partir del año 2016 el consumo de este tipo de programación se estabilizó en torno al 6% con respecto al total de consumo televisivo.

Así, el visionado de la programación cultural mostró un incremento en el último año. En este sentido, la información anterior se ratifica en un análisis más acotado de la dinámica en las audiencias de este tipo de programas, como se muestra a continuación.

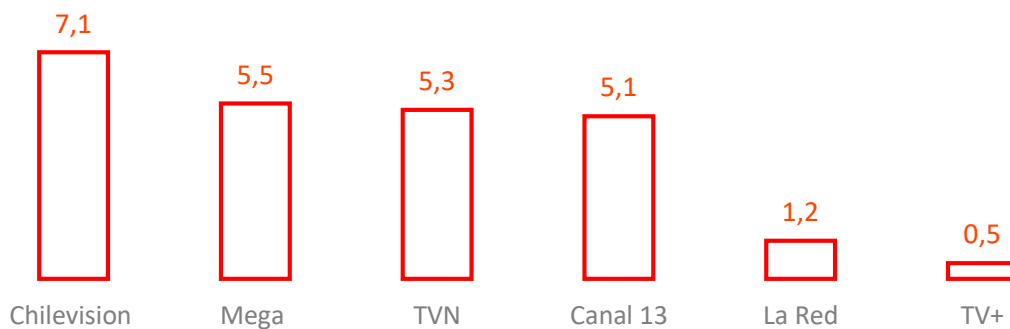
**Gráfico N°20. Audiencia de programación cultural 2019 – 2021**



La tendencia, en los últimos tres años, en la sintonía de la programación cultural es al alza. Esta tendencia se confirma con el alcance, que presenta un comportamiento similar al rating: en el año 2020 hay un incremento considerable para luego bajar el 2021. No obstante, hay 15.000 personas más, en promedio, que el año 2019. Se debe tener en cuenta también lo excepcional del año 2020.

El mayor aumento se observa en la cantidad de minutos que las audiencias le destinan a este tipo de programación, particularmente entre el año 2020 y 2021, que pasan de 31 a 38 minutos promedio diario por persona. El rating por canal es el que sigue:

**Gráfico N°21. Rating de programación cultural, por canal**



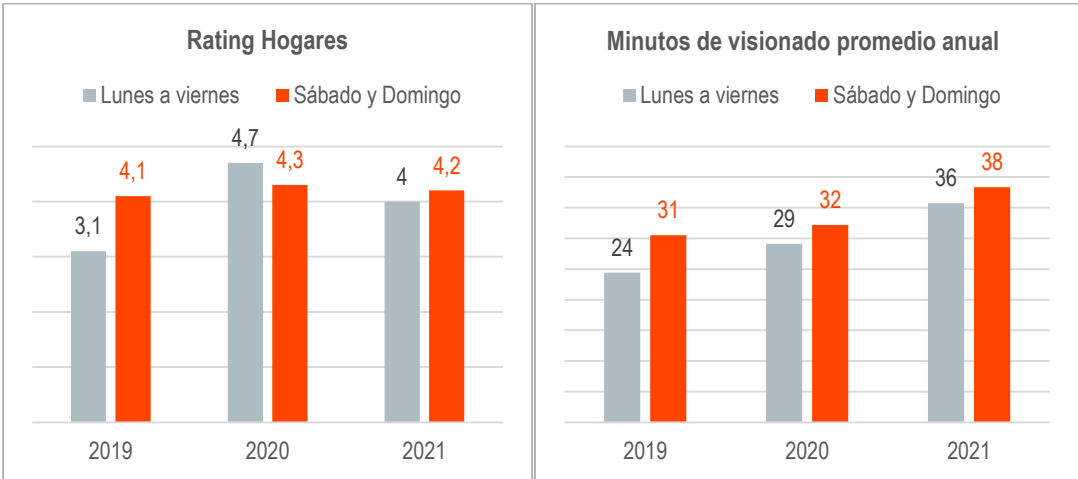
CHV fue la estación con mayor rating durante el año 2021, marcando bastante diferencia con respecto al segundo canal, Mega. Tanto TVN como Canal 13 se encuentran por debajo de Mega, pero sin mayor diferencia. Por su parte, La Red y TV+ tienen la menor sintonía en de su programación cultural.

La alta sintonía de CHV resulta interesante, ya que solo ofrece 8,4 horas de programas culturales por semana, muy por debajo de TVN, que destina cerca de 14 horas semanales, de Mega y Canal 13. Se trata de una oferta con bastante eficacia.

**PROGRAMACIÓN CULTURAL, POR DÍA DE LA SEMANA**

A continuación, se muestra la sintonía según días y franjas definidas por la norma cultural. El siguiente gráfico compara con los años anteriores:

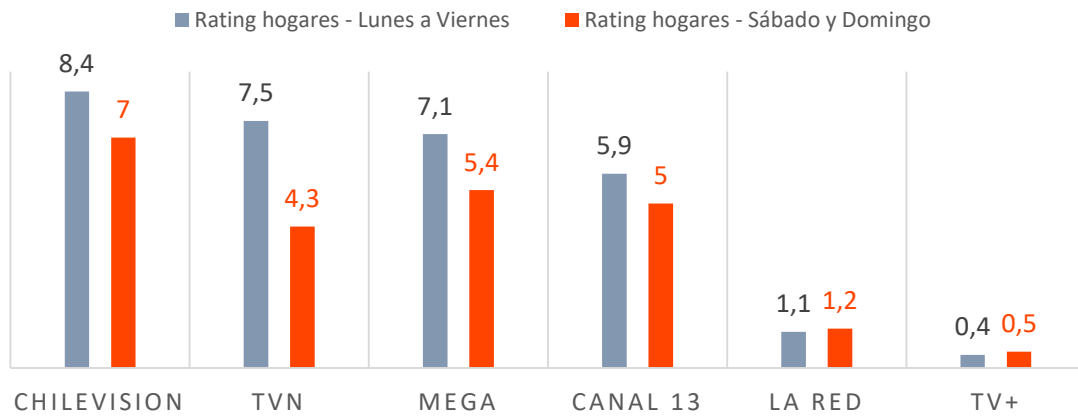
**Gráfico N°22. Sintonía de programación cultural, por día y año (2019 – 2021)**



El año 2021 la sintonía volvió a niveles similares a lo visto durante 2019. El alza durante 2020 se explica –además de los confinamientos- porque Canal 13 transmitió todas las temporadas de *Los 80, más que una moda*, en horario vespertino, logrando una importante sintonía.

Con respecto al tiempo de visionado efectivo, en los últimos tres años se ha ido suavizando la diferencia entre tiempo de visionado de lunes a viernes, con los fines de semana.

**Gráfico N°23. Rating hogares de programación cultural, por canal y día de la semana**

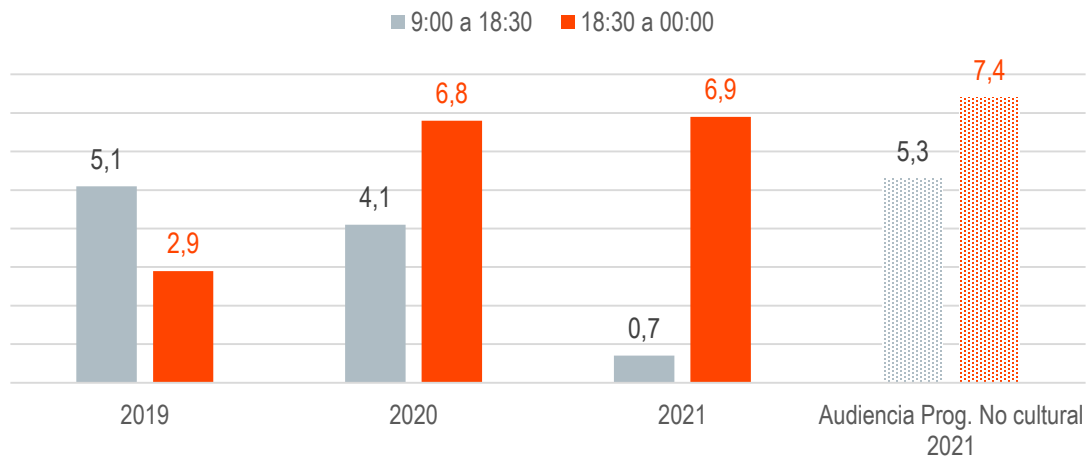


Chilevisión es el canal con un mayor rating, tanto en la semana como los fines de semana. Los programas culturales de Mega superan en sintonía a TVN durante los fines de semana; de lunes a viernes la situación es inversa. La Red y TV+ mantienen sus ratings iguales durante toda la semana.

**LUNES A VIERNES, POR FRANJA HORARIA**

La normativa cultural define como “horario de alta audiencia” –usualmente denominado *prime*- el que comienza a las 18:30 horas. Los canales tienen la obligación de programar un cierto número de horas culturales dentro de este horario. Los programas culturales obtienen distintos rendimientos según su ubicación dentro de estas franjas:

**Gráfico N°24. Rating hogares de programación cultural 2019 – 2021, por franja horaria**



A modo general, toda la programación –cultural o no- obtiene más alto rating en horario *prime*, con la excepción del año 2019, que se observa en el gráfico. De hecho, el rating cultural del bloque horario que va de las 9:00 a las 18:30 presenta una notable baja a partir de 2019. Esto se explica porque en 2019 la programación cultural se concentraba principalmente en horario diurno, mientras que, durante los últimos dos años, la oferta cultural emitida de lunes a viernes se concentra en horario *prime*. A continuación, se presenta un ranking de programas culturales emitidos de lunes a viernes en los dos bloques horarios establecidos por la norma:

**Tabla N°2. Ranking de programación cultural 2021**

Lunes a viernes / Franja horaria normativa

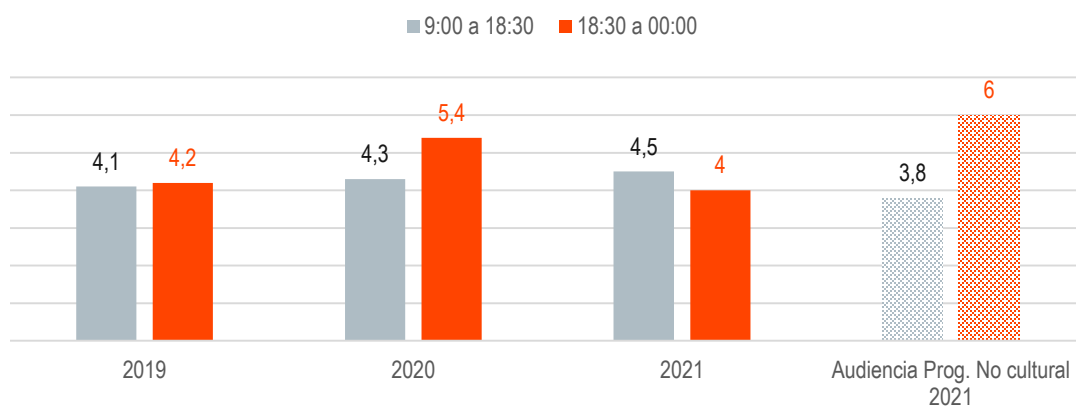
Lunes a viernes entre 9:00 y 18:30 horas			
Programa	Canal	Rating hogares	Hora de emisión
1 Chile conectado	TVN	6,1	15:01
2 Sabingo	CHV	5,4	15:31
3 La ruta de Chile	TVN	4,1	16:40
4 Cultura am/Crónicas de la Patagonia	Canal 13	3,3	09:02
5 Cultura am/Lugares que hablan	Canal 13	2,8	09:57
6 El precio de la historia	TV+	0,4	14:21
Lunes a viernes entre 18:30 y 00:00 horas			
Programa	Canal	Rating hogares	Hora de emisión
1 Debate primarias 2021	CHV	14,2	22:31
2 Sin parche	TVN	11,7	22:44
3 Debate presidencial	MEGA	11	20:00
4 Debate presidencial	CHV	10	20:00
5 Debate presidencial	TVN	9,8	20:00
6 JJ.OO. Tokyo 2020 <sup>5</sup>	TVN	9,4	20:00
7 Héroes de hoy	TVN	9	22:46
8 Moisés los 10 mandamientos	TVN	9	20:03
9 Inés del alma mía	CHV	9	22:23
10 Informe especial	TVN	8	22:42

<sup>5</sup> Los JJ.OO. estaban previstos para el año 2020, pero se atrasaron por la pandemia de COVID 19. El nombre se mantuvo, a pesar de la postergación.

SÁBADO Y DOMINGO, POR FRANJA HORARIA

Al igual que los días de semana, los días sábado y domingo la sintonía de la programación cultural es más baja que la programación no cultural:

**Gráfico N°26. Rating hogares de programación cultural 2019 – 2021, por franja horaria**



Un dato importante a destacar es que, en 2021, la sintonía de la programación cultural en horario diurno, es decir, entre 9:00 – 18:30, fue mayor que la sintonía de programas no culturales en el mismo horario. Esto habla de la estabilidad de las franjas culturales de fin de semana. Nuevamente se presenta un ranking de programas culturales, esta vez de la programación de los fines de semana:

**Tabla N°3. Ranking de programación cultural 2021**

Sábado y Domingo

Sábado a Domingo entre 9:00 y 18:30 horas				
	Programa	Canal	Rating hogares	Hora de emisión
1	Sabingo	CHV	8	15:01
2	Parada militar	TVN	7,5	10:55
3	Parada militar	MEGA	7,4	10:55
4	Parada militar	Canal 13	6,9	10:57
5	JJ.OO. Tokyo 2020	TVN	6,8	10:37
6	Cultura tarde / buscando a dios®	Canal 13	6,4	16:08
7	Cultura tarde / cocina sin fronteras	Canal 13	6,4	16:20
8	Cultura tarde/Maravillas del mundo	Canal 13	6,3	17:16
9	Selección nacional	Mega	5,9	15:07
10	Cultura tarde / plato único	Canal 13	5,9	17:31
11	No me olvides	MEGA	5,8	16:16
12	Disfruta la ruta	MEGA	5,8	16:52
13	Plan V	MEGA	5,8	15:21



**Sábado a Domingo entre 18:30 a 00:00 horas**

	<b>Programa</b>	<b>Canal</b>	<b>Rating hogares</b>	<b>Hora de emisión</b>
<b>1</b>	JJ.OO. Tokyo 2020	TVN	9,4	19:00
<b>2</b>	Trocamundos	CHV	8,5	18:43
<b>3</b>	Cultura tarde / Lugares que hablan	Canal 13	7,6	19:31
<b>4</b>	Sabingo	CHV	7,4	19:27
<b>5</b>	Nuestros cuentos chilenos	TVN	6,8	22:31
<b>6</b>	Cultura tarde / Siempre hay un chileno	Canal 13	6,7	18:43
<b>7</b>	Kilos mortales	MEGA	6,4	19:01
<b>8</b>	Cultura tarde / tiempos de barrio	Canal 13	6,4	18:46
<b>9</b>	Cultura tarde / Maravillas del mundo	Canal 13	6,3	18:26
<b>10</b>	Ríos del mundo	CHV	6,3	19:22
<b>11</b>	Cultura tarde	Canal 13	6,1	19:21
<b>12</b>	Moisés los 10 mandamientos	TVN	6	19:59

## ANÁLISIS DE AFINIDAD

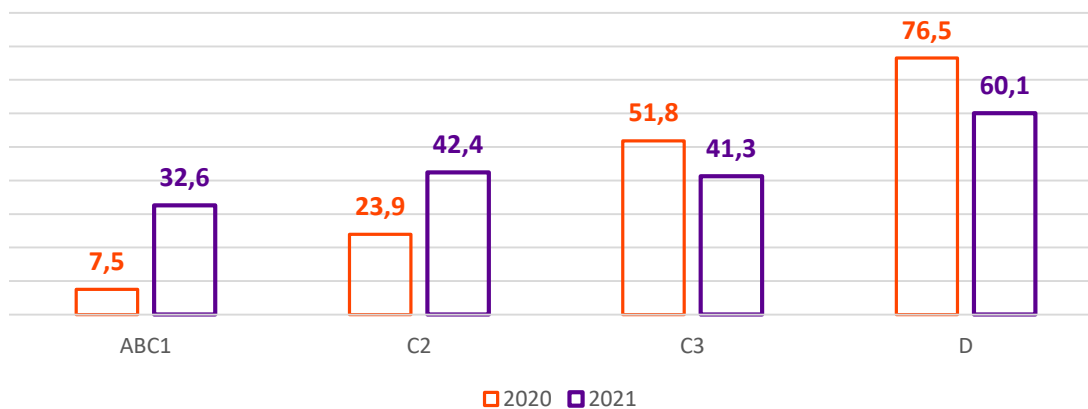
En este apartado se presenta un análisis de audiencia más específico, que busca relacionar a los telespectadores de distintos grupos socioeconómicos (GSE), con los tipos de contenido cultural. Para ello, se utiliza una variable de la audiencia del *People meter*, que permite en perfiles de público de cada programa: la medición de la afinidad, definida como la cercanía de un grupo de personas con un contenido.

La afinidad, en términos matemáticos, 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.

Una vez identificados los programas que tienen afinidad (más de 100), se elabora un indicador en que se identifica la cantidad de programas con afinidad, por GSE. El objetivo de este ejercicio es evaluar los resultados de la norma cultural para los distintos públicos, información relevante para la política pública, teniendo en cuenta la dificultad en el nivel de acceso a la cultura<sup>6</sup>.

En comparación al año 2020, en 2021 hubo diferencias importantes en afinidad:

**Gráfico n°27: Programas culturales con afinidad, 2020 vs. 2021, por GSE (%)**



Si bien el segmento D mantiene un porcentaje alto de afinidad en el 2021 (60,1%), muestra una baja considerable en comparación al año anterior. El segmento C3 también muestra una baja importante: se aprecia que de un 51,8% de afinidad en el 2020 baja a un 41,3% en el 2021.

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

En el año 2021 el segundo segmento que tiene mayor cercanía con este tipo de programación es el segmento C2, que pasa del 24% en 2020 a un 42,4% en 2021. Incremento importante que también se dio en el segmento ABC1 que pasa de 7,5% en 2020 a 32,6% en 2021.

Para observar con mayor detalle los movimientos en la cercanía de estos programas con estas audiencias específicas, se presentan los programas con contenido cultural con mayor afinidad por cada uno de los segmentos socio- económico según días.

**Tabla n° 4: 10 Programas culturales con mayor afinidad (ABC1)**

Lunes a viernes			Sábado y Domingo		
Programa	Canal	aff%	Programa	Canal	aff%
1 Estado Musical (R)	La Red	374,6	Yo Conocí A Jesús / Pilatos	TV+	492,5
2 La Redocumentales / El Caso Pinochet	La Red	309,7	Yo Conocí A Jesús / José	TV+	441,2
3 Jaque Matus	La Red	223,9	Teatro Municipal Santiago / Ballet Raymonda	La Red	354,5
4 La Redocumentales / Chamanes Brujos y Magos	La Red	213,4	Poder Y Verdad (R)	La Red	350,4
5 Chicago Boys	La Red	197,4	Yo Conocí A Jesús / Judas	TV+	328,9
6 Estado Musical	La Red	191,1	Teatro Municipal Santiago / Gala De Pas De De	La Red	282,8
7 Debate Primarias Presidenciales	La Red	186,1	Hernán	TV+	274,1
8 Debate Presidencial / Primera Vuelta	CHV	184	Genius / Jobs - Gates	TV+	257,2
9 La Redocumentales / Hoy y No Mañana	La Red	180,2	Conciertos Filarmónica De Viena	La Red	232
10 El Precio De La Historia	TV+	170,8	Café Cargado (R)	La Red	226

La afinidad en el estrato alto (ABC1) se orienta a documentales, programas periodísticos y de debate político, particularmente los días de semana. Los fines de semana destacan programas con contenidos religiosos, artísticos, biográficos y de discusión política.

**Tabla n° 5: 10 Programas culturales con mayor afinidad (C2)**

De lunes a viernes			Sábado y Domingo		
Programa	Canal	aff%	Programa	Canal	aff%
1 Bicitantes	MEGA	244,2	Yo Conocí A Jesús / Pedro	TV+	285,2
2 La Batalla De Chile / La Insurrección de la burguesía	La Red	212,9	Teatro Municipal De Santiago / Ocultos y Marcia	La Red	258,5
3 La Redocumentales / Pa Que Lo Baile Como	La Red	198,1	Teatro Municipal De Santiago / Concierto Tempo D	La Red	250,7
4 Plan V	MEGA	182,2	Teatro Municipal De Santiago / Gala Lirica Divas	La Red	248,3
5 La Redocumentales / Calle Santa Fe	La Red	177,2	Genius / Curtiss	TV+	220
6 La Redocumentales / El Pacto de Adriana	La Red	176,1	La Memoria / El Edificio De Los Ch	La Red	206,3
7 Debate Primarias Presidenciales / Pacto Unidad Constituyente	La Red	172,1	Genius / Jobs - Gate	TV+	202,3
8 Unidad Constituyente El Debate	La Red	162,2	18-J Chile Decide	La Red	200
9 Debate Presidencial Primarias / Chile Vamos	CHV	146,6	Premios Platino	La Red	195,4
10 Debate Presidencial / Escenario Hídrico	La Red	144,5	Genius / Colt - Wesson	TV+	191

En el caso del estrato C2, los programas con más de afinidad son documentales que abordan temas culturales, históricos y biográficos. A estos se suman programas de contenidos políticos, particularmente debates electorales.

No obstante, hay otros tipos de contenidos culturales que interesan a esta audiencia como *Bicitante* (Mega), un programa de recorrido, viaje y aventura, *Estado Musical* (La Red), espacio destinado a la conversación sobre música y *Plan V* (Mega), programa destinado al recorrido culinario. Los fines de semana la mayor cantidad de programas con contenidos culturales son del área artística y biográfica.

**Tabla n° 6: 10 Programas culturales con mayor afinidad (C3)**

De lunes a viernes				Sábado y Domingo		
	Programa	Canal	aff%	Programa	Canal	aff%
1	Chile Elige	TVN	182,9	Genius / USA - USSR	TV+	233,2
2	La Redocumentales / Chamanes Brujos Y Magos	La Red	165,3	Conciertos Filarmónica De Viena	La Red	220,1
3	La Redocumentales / Calle Santa Fe	La Red	157,4	Genius / Jobs - Gate	TV+	215,5
4	Yo Conocí a Jesús	TV+	152,2	Emancipadas	La Red	208
5	La Redocumentales / El Pacto De Adriana	La Red	151,3	Teatro Municipal De Santiago / Melodías Del Viento	La Red	199,5
6	Estado Musical (R)	La Red	149	La Redocumentales / El Sabio De La Tribu	La Red	196,4
7	La Redocumentales / Hoy Y No Mañana	La Red	144,7	Poder Y Verdad (R)	La Red	188,4
8	Debate Presidencial / Escenario Hidrico	La Red	143,6	Concierto Viena 2020	La Red	178,2
9	Debate Presidencial Primarias	MEGA	142,5	Teatro Municipal De Santiago / Recital De Piano	La Red	177,2
10	JJ.OO. Tokyo 2020	TVN	136,3	Cultura Am / Maravillas Del Mundo	Canal 13	171,1

En el C3, también se puede apreciar que de lunes a viernes la mayor afinidad se da con documentales, como *La Redocumentales*, de La Red. Al mismo tiempo, destacan algunos programas con contenido político electoral y musicales.

Los fines de semana los programas más afines a este segmento son aquellos con contenido biográficos y artísticos. Dentro de los programas se encuentra *Emancipadas*, programa que tiene financiamiento del Fondo CNTV.

**Tabla n° 7: 10 Programas culturales más vistos (GSE D)**

De lunes a viernes			Sábado y Domingo			
Programa	Canal	aff%	Programa	Canal	aff%	
1	Yo Conocí A Jesús / Juan El Bautista	TV+	193,9	JJ.OO. Tokyo 2020	TVN	219,9
2	Moisés Los 10 Mandamientos (Lo Mejor)	TVN	178,3	Misión Al Sol	TV+	213,5
3	El Precio De La Historia (R)	TV+	170,8	El Ultimo Papa (R)	TV+	191,4
4	Sabingo Am	CHV	146	Yo Conocí A Jesús / María	TV+	182,8
5	Inmigrantes	TV+	145	Yo Conocí A Jesús / Caifás	TV+	167,7
6	Moisés Los 10 Mandamientos (A)	TVN	142,2	Trocamundos Am	CHV	158,4
7	Chile Conectado (R)	TVN	138,8	Yo Conocí A Jesús / Juan El Bautista	TV+	152
8	JJ.OO. Tokyo 2020	TVN	137,9	Nuestros Cuentos Chilenos / Amigas En Bach	TVN	150,9
9	Yo Conocí A Jesús / Caifás	TV+	137,7	Genius / Hearst - Pulitzer	TV+	150,5
10	Lugares Que Hablan	Canal 13	135,5	Travesía 13c / Carlo Cocina	Canal 13	150,2

De lunes a viernes un número importante de programas culturales con afinidad en el segmento D tiene contenido religioso, como la telenovela *Moisés y los 10 mandamientos* (TVN) y *Yo conocí a Jesús* (TV+). Destacan también los programas de recorrido y viajes en localidades dentro del país, como *Lugares que hablan* (C13), *Chile Conectados* (TVN), *Inmigrantes* (TV+), que tiene financiamiento del Fondo CNTV y *Sabingo AM* (CHV).

Los fines de semana, la afinidad es también marcadamente religiosa, principalmente por la serie documental *Yo conocí a Jesús*.

El programa cultural con mayor afinidad en este segmento, son las transmisiones de los *Juegos Olímpicos Tokyo 2020*.

## EPILOGO

La descripción de resultados de la aplicación de la norma cultural del Consejo Nacional de Televisión demuestra que los canales de televisión cumplen con los lineamientos de emitir programas con dichos contenidos y que esta oferta a su vez lleva a buenos resultados de audiencia. En un análisis más cualitativo, como es el de afinidad, esta política pública se reafirma en el mayor impacto que tiene la programación cultural en los grupos de estrato D, justamente, aquellos con menor acceso a ofertas culturales.

La programación con sentido humano, que muestre el patrimonio, las identidades, costumbres, recorridos y debates, como se ha visto en los ejemplos de este balance del año 2021, forman parte de una alternativa necesaria a una televisión que las audiencias muchas veces critican<sup>7</sup> por considerar que enfatiza exageradamente los aspectos negativos de la sociedad en sus programas noticiosos, matinales o de debates. Quisieran que se le entregara más espacio a la obra humana, que la televisión tuviera programas que ayuden al desarrollo o a pensar un mundo mejor.

Estos temas son los que desarrolla y podría desarrollar aún más, la oferta cultural en televisión abierta.

---

<sup>7</sup> Ver: Estudio de Confianza en la TV: <https://www.cntv.cl/wp-content/uploads/2022/03/Informe-CNTV-Resultados-finales.pdf>

Confianza y Consumo de TV entre las Mujeres. Estudio cualitativo sobre percepciones: <https://www.cntv.cl/wp-content/uploads/2022/09/Confianza-y-Consumo-TV-Mujeres-Cualitativo-Percepciones-1.pdf>

## ANEXO: NORMA CULTURAL

### NORMAS SOBRE LA TRANSMISIÓN DE PROGRAMAS CULTURALES

VISTOS: Lo dispuesto en el artículo 19º N°12 de la Constitución Política de la República, y en los artículos 1º, 12º letra l) – en su texto modificado por el Art.1º N°8 Lit. f) de la Ley N° 20.750 -, 33º y 34º de la Ley 18.838; 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 los servicios de televisión de transmitir un mínimo de programas culturales a la semana ":

1. Las concesionarias de radiodifusión televisiva de libre recepción y los permisionarios de servicios limitados de televisión, estarán obligados a transmitir, a lo menos cuatro horas de programas culturales a la semana.
2. Cuando en una misma zona de servicio un concesionario opere, controle o administre más de una señal de televisión, la obligación deberá cumplirse en cada una de las señales.
3. En el caso de los permisionarios de servicios limitados de televisión, esta exigencia se cumplirá considerando el total de señales que conformen su oferta básica.
4. Se entenderán como programas culturales aquellos que se refieren a los valores que emanan 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.
5. Para los efectos del cumplimiento de esta norma, serán considerados los programas cuyos formatos y lenguaje correspondan a los de una producción para ser exhibida en un medio masivo como es 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 desarrollo cultural.
6. Al menos dos de las cuatro horas de programación cultural deberán transmitirse en horarios de alta audiencia, que se fijan en este Reglamento, quedando a criterio de cada servicio de televisión determinar el día y la hora dentro de dichos horarios.



7. De lunes a domingo, ambos días inclusive, el horario de alta audiencia será el comprendido entre las 18:30 Horas y las 00:00 Horas.
8. De lunes a domingo, ambos días inclusive, las restantes horas obligatorias de programación cultural deberán transmitirse entre las 09:00 Horas y las 18:30 Horas.
9. Desde el punto de vista de la supervisión y para ser considerados en la medición, los programas deberán ser emitidos íntegramente en los horarios señalados en los números 7 y 8 anteriores.
10. El mismo capítulo de un microprograma no podrá ser emitido más de cinco veces el mismo día, para ser considerado dentro de la medición cultural del canal. Esto no se aplicará a los programas de Televisión de Pago.
11. Se considerarán microprogramas, los espacios definidos por su corta duración, que pueden ser clasificados según categorías de contenido, por ejemplo, microreportajes; microdocumentales; nanometrajes; etc., con un tiempo de entre uno a cinco minutos de duración.
12. Los microprogramas no podrán ser interrumpidos por avisos publicitarios. Los programas culturales no podrán contener imágenes de promociones que afecten, de cualquier manera, la integridad de la programación cultural.
13. El programa ya aceptado como cultural, para dar cumplimiento a esta norma, podrá repetirse hasta tres veces en un plazo de un año, contado desde la primera emisión del referido programa. Esto no se aplicará a permisionarios de servicios limitados de televisión.
14. Los representantes legales de concesionarios o permisionarios, o quienes se encuentren legalmente habilitados para subrogarlos, deberán informar por escrito al Consejo la programación cultural emitida, a más tardar el quinto día hábil del periodo siguiente al fiscalizado. Esta obligación deberá cumplirse al tenor de lo establecido en las directrices que cada año se distribuirán entre los servicios de televisión.
15. La omisión de lo prescrito en el número anterior hace presumir el incumplimiento de la obligación de transmitir un mínimo de programación cultural en el período correspondiente; siendo obligación del respectivo servicio de televisión acreditar lo contrario.