

**RESUMEN EJECUTIVO  
EVALUACIÓN PROGRAMAS GUBERNAMENTALES  
(EPG)**

**FONDO DE APOYO A PROGRAMAS CULTURALES**

**MINISTERIO SECRETARÍA GENERAL DE GOBIERNO  
CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN (CNTV)**

**PANELISTAS:  
NOELIA FIGUEROA B. (COORDINADORA)  
JUAN LE-BERT M.**

**ENERO – JULIO 2014**

**NOMBRE PROGRAMA: Fondo de Apoyo a Programas Culturales**  
**AÑO DE INICIO: 1993**  
**MINISTERIO RESPONSABLE: Secretaría General de Gobierno**  
**SERVICIO RESPONSABLE: Consejo Nacional de Televisión**

## RESUMEN EJECUTIVO

**PERÍODO DE EVALUACIÓN: 2010 – 2013**

**PRESUPUESTO PROGRAMA AÑO 2014: \$4.013 millones**

### Descripción general del programa

El programa “Fondo de Apoyo a Programas Culturales” (en adelante Fondo-CNTV), es ejecutado por el Consejo Nacional de Televisión (CNTV), servicio público con rango insitucional establecido en la Constitución Política de la República de 1980, autónomo, con personalidad jurídica y patrimonio propio, que tiene por misión “regular, fomentar, educar y promover el desarrollo de la actividad televisiva, como instancia de mediación entre el Estado, la industria televisiva y la ciudadanía, a través de políticas institucionales que estén en sintonía con los cambios socioculturales, económicos y tecnológicos y de acuerdo a las facultades establecidas en la Ley”<sup>1</sup>. De acuerdo a la ley de Televisión Digital recientemente publicada, CNTV debe velar por el correcto funcionamiento<sup>2</sup> de la televisión chilena a través de sus políticas institucionales.

El Fin del programa es: “*Contribuir al reconocimiento y desarrollo de los valores que fundamentan nuestra sociedad promoviendo una televisión de calidad*”<sup>3</sup>.

Su Propósito es: “*Los telespectadores de la televisión abierta han accedido a una mayor oferta de programas de televisión de calidad, con el criterio de alto nivel cultural<sup>4</sup> y de interés nacional o regional*”.

Este propósito se desarrolla a través de un componente, “*Proyectos de TV emitidos en televisión abierta financiados por el Fondo CNTV*”.

La estrategia de asignación de recursos del programa es el Concurso Público Anual, a través del cual el Fondo financia la producción y emisión en Televisión Abierta de programas televisivos que cumplan con los criterios establecidos en las bases de concurso. La selección final de los ganadores del concurso la realiza el Honorable Consejo de CNTV<sup>5</sup>.

Para efectos de la presente evaluación y con el objetivo de tener mayor claridad sobre el proceso de producción, este componente se subdividió en cuatro sub-componentes, considerando las distintas líneas

<sup>1</sup> Misión institucional establecida en las definiciones estratégicas para la Dirección de Presupuestos.

<sup>2</sup> La Ley de Televisión Digital n°20.750 (publicada el 29 de mayo de 2014), en lo que dice relación con la modificación a la Ley del Consejo Nacional de Televisión, plantea que se entenderá por “correcto funcionamiento de estos servicios” (respecto a la televisión) “el permanente respeto, a través de su programación, de la democracia, la paz, el pluralismo, el desarrollo regional, el medio ambiente, la familia, la formación espiritual e intelectual de la niñez y la juventud, los pueblos originarios, la dignidad humana y su expresión en la igualdad de derechos y trato entre hombres y mujeres, así como el de todos los derechos fundamentales reconocidos en la Constitución y en los tratados internacionales ratificados por Chile y que se encuentren vigentes”.

<sup>3</sup> Corresponde a una definición desde la ley de CNTV, considerando que nuestra sociedad es diversa, plural y heterogénea; los valores son aquéllos que se busca promover (ver nota ant.), y el concepto de calidad está asociado a la noción de cultura así como al interés nacional y/o regional.

<sup>4</sup> De acuerdo a las bases del Fondo CNTV, se entiende por alto nivel cultural “no sólo las manifestaciones de la tradicionalmente llamada “alta cultura”, sino también los contenidos que ayuden a aumentar el nivel de información, educación y formación del público, y/o su mejor comprensión del mundo natural o social”.

<sup>5</sup> Este Consejo se compone de once miembros. Uno de éstos, su Presidente, es de libre designación del Presidente/a de la República. Los otros diez Consejeros son designados por el Presidente/a de la República con acuerdo del Senado. Duran ocho años en el cargo y se renuevan por mitades cada cuatro años. El Consejo tiene un Vicepresidente y un Secretario General, que son elegidos o removidos con el voto conforme de siete Consejeros en ejercicio ([www.cntv.cl](http://www.cntv.cl)). Este cuerpo colegiado es llamado por el personal de CNTV Honorable Consejo, en adelante H. Consejo.

o categorías de financiamiento contempladas en las bases de concurso y diferenciando el público general del público infantil y el carácter regional, en coherencia con las directrices del Fin del Fondo CNTV. Estos sub-componentes son: (1) Programas para todo público; (2) Programas de procedencia o interés regional; (3) Programas orientados a público infantil; (4) Programas de co-producciones internacionales.

La modalidad de concurso del Fondo comienza con la publicación de las bases, y posteriormente, entre los meses de marzo y abril, se abre la postulación en línea. Los postulantes pueden ser canales de televisión de señal abierta y/o productoras independientes de todas las regiones. Los canales de televisión abierta son los encargados de emitir los programas una vez realizados, condición obligatoria para la obtención del Fondo-CNTV<sup>6</sup>.

El concurso tiene dos etapas de evaluación: Evaluación Técnico Financiera de los proyectos y, una vez finalizada ésta, se lleva a cabo la Evaluación de Contenido y Calidad Artística, criterios establecidos en las bases. Para ambas etapas, el H. Consejo determina una lista de expertos nacionales e internacionales para conformar paneles encargados de realizar las evaluaciones, previa propuesta del Departamento de Fomento<sup>7</sup>. Corresponde privativamente al H. Consejo asignar el Fondo-CNTV a los proyectos ganadores, en conformidad a los procedimientos que el mismo acuerde, considerando los resultados de las evaluaciones iniciales. Luego de la decisión del H. Consejo y la publicación del acta correspondiente en el sitio web de CNTV, se informa en una ceremonia de premiación a los ganadores del concurso y se realiza la firma de contrato entre la empresa productora, el canal de televisión responsable de la emisión y CNTV.

Según bases de concurso, los programas deben ser realizados en un plazo máximo de 24 meses. Una vez producidos estos programas, los canales de televisión comprometidos para su emisión, tienen un plazo adicional de 12 meses para emitirlos; por lo tanto, el plazo máximo de realización y emisión del programa es de 36 meses. El Departamento de Fomento realiza seguimiento de los programas premiados mediante un cronograma de entregas de productos y de pagos, controlado por un supervisor externo.

La Población objetivo definida por el programa Fondo-CNTV es toda la población chilena en edad de ver televisión, que cuenta con acceso a Televisión Abierta, es decir, que posee televisión en sus hogares. Esta población corresponde al 90% de la población total alcanzando los 13,6 millones de personas<sup>8</sup>.

Los beneficiarios efectivos finales son aquellas personas que han visto algún programa televisivo financiado por el Fondo CNTV. Los beneficiarios intermedios son las empresas productoras independientes asociadas a concesionarias de libre recepción y/o canales de televisión abierta.

En el período de evaluación entre los años 2010 y 2013, el Fondo CNTV ha financiado 96 proyectos de empresas productoras (10 han obtenido financiamiento más de una vez, y 1 lo ha hecho 5 veces en el período), de las cuales 51 se han asociado a algún canal de televisión abierta en el momento de la postulación. Se registran datos sólo para 2 canales de televisión abierta ganadores del concurso en el período (TVN y TVU, canal de la región del Bio Bio). De las empresas productoras beneficiadas, 17 corresponden a empresas de región.

El período de ejecución del programa es ilimitado (no tiene fin previsto), y su acción territorial es en todo Chile. Su presupuesto anual se establece en la Ley de Presupuestos, cuyo monto está dirigido al financiamiento del componente "programas televisivos emitidos en televisión abierta", por su parte, la institución responsable CNTV asigna un presupuesto anual para cubrir los gastos de personal y bienes y servicios de consumo del departamento de Fomento, dirigidos a la gestión del programa.

---

<sup>6</sup>Las empresas productoras que resultan ganadoras del concurso están obligadas a asociarse a un canal de televisión abierta para la emisión, lo cual puede realizarse en el momento de postulación o dentro de los 60 días desde que se ha adjudicado el concurso.

<sup>7</sup> Esta lista, al igual que los supervisores externos, es propuesta por el Departamento de Fomento, de acuerdo al conocimiento que ella tiene de personas que cumplan con el perfil de evaluador o supervisor, y es ratificada por el H. Consejo (entrevistas a personal Fondo CNTV).

<sup>8</sup> Censo de población, 2002. La población potencial no corresponde al 100% por dos razones: una, existe un % de personas que no cuentan con aparato de televisión; y dos, se considera que la población en edad de ver televisión es de 4 años hacia arriba, siendo coherente con las propias pautas del departamento de estudios de CNTV, donde se evalúa el consumo infantil de televisión entre 4 y 12 años.

## Resultados de la Evaluación

### *Justificación del programa*

El Consejo Nacional de Televisión fue configurado por la Constitución de 1980 en sus elementos esenciales. Su misión es velar por el correcto funcionamiento de los servicios de televisión. Su creación efectiva se realiza en el año 1989, y se fundamenta en la idea de que la televisión influye en la “sociedad contemporánea”, de acuerdo al Informe Técnico de 1988<sup>9</sup>, elaborado con motivo de su creación.

La televisión ocupa el lugar más importante en la obtención de contenidos de información, educación y entretenimiento a partir de la década de los 90 en Chile<sup>10</sup>. De acuerdo a las ciencias de la comunicación, la verosimilitud que los sujetos atribuyen a la imagen y la escala global que ha tomado a través de los medios de comunicación audiovisual<sup>11</sup>, avalan la tesis sobre el impacto social de la televisión, de forma coherente con la propagación de televisores en los hogares y espacios públicos.

De acuerdo a cálculos realizados por el CNTV a partir de datos del Censo del año 2002, el 92,4% de los hogares en Chile cuenta con al menos un aparato de televisión, situación que varía muy poco según estrato socioeconómico. En la VII Encuesta Nacional de TV, realizada por CNTV el año 2011, se observa que el 98% de los chilenos poseen televisión en sus hogares y ven en promedio 3 horas 24 minutos de televisión al día, siendo la actividad del uso del tiempo libre a la que se le dedica más tiempo<sup>12</sup>.

Es posible sostener que las causas que originan el programa o la necesidad de su implementación han sido correctamente identificadas y suponen la incapacidad de la televisión abierta de entregar una oferta de programas de calidad y con contenido cultural. La Televisión es un sector que está fuertemente influenciado por criterios de mercado asociados al consumo y la publicidad masiva, controlados por sectores empresariales y comerciales<sup>13</sup>, con índices de concentración que van de 0,77 a 0,92<sup>14</sup>. A partir de esto, es materia de consenso, que la televisión chilena está determinada por criterios comerciales, más que por criterios culturales o de calidad, a menos que ellos produzcan una rentabilidad monetaria o simbólica<sup>15</sup>. Esta problemática podría asociarse a una falla de mercado, si se entiende la televisión como un bien cultural, de carácter público<sup>16</sup>, en tanto, la producción televisiva cultural y/o de calidad se restringe a criterios privados y comerciales. Entonces, es posible sostener que una de las causas principales del

<sup>9</sup> Informe Técnico, 1988, elaborado por los Ministerios de Interior y de Transportes y Telecomunicaciones con motivo creación Ley 18.838, en Historia de la Ley 18.838; Biblioteca del Congreso Nacional.

<sup>10</sup> De acuerdo a la encuesta nacional de televisión, para el año 2008 el 76% de las personas mencionaron ver televisión diariamente, seguido por radio (55%), internet (26%) y diarios (22%).

<sup>11</sup> “Dioses y Diablos Mediáticos”, Ramón Reig, 2004. Ediciones Urano S.A.

<sup>12</sup> Igual se ha producido un fenómeno de crecimiento del acceso a la TV por pago. No obstante, la TV Abierta en su conjunto tiene un porcentaje de visionado mayor que la TV por pago. “En 2013, entre los hogares con TV de Pago, los 7 canales de ANATEL en conjunto (TVN, Canal 13, CHV, Mega, La Red, UCV y Telecanal) tuvieron un rating hogar de 24,1 pts. y los más de 200 canales de TV de Pago en conjunto tuvieron un rating de 23,0 pts. Esto quiere decir que, incluso entre los hogares que tienen TV de Pago, los canales abiertos siguen siendo los más vistos por los telespectadores chilenos (representados por la muestra de People Meter). Cuando se toma como referencia al total de hogares (con y sin TV de Pago) la cifra, como es lógico, se extrema aún más: el rating promedio diario combinado de ANATEL en 2013 fue 28 pts. y el de los canales de TV de Pago fue 14,8 pts.”. Ver Estudio Complementario, DIPRES 2014 (Breull). Este estudio se realizó en el marco de la presente evaluación DIPRES, y se orientó a investigar a través de análisis de fuentes secundarias y entrevistas a informantes calificados, las definiciones de cultura presentes en la industria televisiva y los efectos de los programas de CNTV en los medios de comunicación y redes sociales.

<sup>13</sup> Se cuenta con investigaciones respecto a los altos niveles de concentración de los medios de comunicación (Monckeberg, 2009, citada en Cabalin y Lagos, 2012: “Enseñanza del periodismo en Chile y Globalización: Tendencias y desafíos. En Revista Signo y Pensamiento, Colombia).

<sup>14</sup> El índice en su expresión máxima llega al valor de 1. Estos valores fueron obtenidos del informe “Presente y tendencias de la concentración de medios en América Latina” de los investigadores Mastrini y Becerra del año 2007. En este estudio, la concentración está medida a través del nivel de facturación de los operadores (grupos) en el sistema info-comunicacional, y que en televisión alcanzaría el 90% del sector en cuatro grupos de comunicación. Citado en Mallorga, Del Valle y Nitrihual (2010).

<sup>15</sup> La Televisión vista como negocio, en la lógica de que “el telespectador es más consumidor que ciudadano”. Este consenso se sostiene principalmente en la evaluación que realizan líderes sociales en el estudio de FUCATEL 2013, citado en Estudio Complementario DIPRES 2014 (Breull), lo que también fue señalado por algunos informantes calificados entrevistados por el panel.

<sup>16</sup> Las implicancias sociales de la TV han sido abordadas por diversos investigadores en el mundo. En Europa se ha asumido esta perspectiva, y se han desarrollado políticas para su desarrollo (Estudio Complementario, DIPRES 2014 - Breull).

problema que aborda el Fondo, es que la dimensión cultural en los contenidos de la televisión abierta como bien público de alto impacto social, se presenta en rivalidad con la televisión comercial<sup>17</sup>, y que por tanto, requiere esfuerzos públicos para su producción y difusión.

La tendencia sostenida en los últimos años asociada a la baja satisfacción de los telespectadores respecto a la programación cultural de la televisión en Chile, es un efecto de la problemática planteada. De acuerdo a la VI Encuesta de televisión del año 2008, hasta el 2005 se registra una caída sistemática del nivel de satisfacción de los encuestados con la TV abierta<sup>18</sup>, con un leve descenso en 2008 (de 59,7% el 2005 a 53,6% el 2008). De acuerdo a la VII Encuesta del año 2011, este porcentaje se incrementaría hasta el 65% de los entrevistados que se declaran insatisfechos.

La continuidad del Fondo CNTV se justifica actualmente, pues en la televisión abierta se mantienen aún los problemas que éste aborda, sobre todo considerando el alto grado de insatisfacción de los telespectadores comentado anteriormente. Es necesario señalar que el Estado, a través de sus diferentes instituciones, se ha propuesto promover la producción audiovisual, y en particular televisiva, estimulando su creación y difusión, toda vez que se comprende sus efectos en la sociedad chilena y su contribución potencial al capital social y cultural<sup>19</sup>. Lo que no se ha producido es una coordinación conjunta que materialice la institucionalización de una política pública que sostenga esta acción estatal. Por tanto, el panel justifica la intervención del Estado, planteando además que es posible desarrollar una intervención coordinada, que incorpore los distintos instrumentos al interior de CNTV y de las otras instituciones del Estado<sup>20</sup>, de modo de avanzar en la implementación de una política pública efectiva que permita abordar el Fin del Fondo<sup>21</sup>.

Si bien se entiende que, dado el fin y el propósito del programa, la población objetivo sea toda la población chilena con edad para ver televisión (sobre 4 años<sup>22</sup>); no obstante, el Fondo posee una línea de financiamiento de programas para público infantil, de modo que si se explicita en la definición de la población objetivo por componentes y/o sub-componentes, es posible evaluar con mayor precisión la

---

<sup>17</sup> En la actualidad, esta rivalidad puede ser ejemplificada a través de una cita del investigador Luis Breull (Estudio Complementario, DIPRES 2014 (Breull): “Como los encendidos de la TV abierta van en descenso (lo que perjudica la mantención de auspiciadores), cada canal tiende a afirmar su propia parrilla en los espacios de conversación en vivo, en sus magazines o en sus noticieros. Es necesario llamar la atención con los programas que se tiene. Se comentan y repiten fragmentos de sus espacios hasta el exceso. El objetivo: la hiper-visibility. Su consecuencia: la inflación de contenidos, autopromociones que califican todo como espectacular y marketing disfrazado de noticias. Efectismo es la última característica de este análisis, entendida como la compulsión por conmocionar al telespectador con sobregiros guionizados y promesas de rupturas de límites que no son tales; que no comprometen situaciones sociales, culturales o valóricas de fondo”.

<sup>18</sup> Para el año 2005 el 59,7% de los entrevistados estaba insatisfecho con la televisión abierta, y señala que la segunda razón de insatisfacción con la TV abierta (después de “programas malos”, 47,2%), es que tiene “pocos programas culturales” (respuesta espontánea dada por un 35% de los entrevistados; éstos podían dar más de una respuesta)

<sup>19</sup> Se registran iniciativas en TVN, CORFO, CNCA y SEGEGOB. TVN, Televisión Nacional de Chile, como televisión pública, se plantea como primer objetivo promover la diversidad y el pluralismo, materia que es coherente con el fin del Fondo. El Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA), poniendo énfasis en la creación y la innovación, mantiene un Fondo Audiovisual cuyo objetivo es “financiar la producción y distribución de obras cinematográficas, creación de guiones, equipamiento, formación profesional, investigación y difusión de las nuevas tendencias creativas y de innovación tecnológica”. El Ministerio Secretaría General de Gobierno, SEGEGOB, poniendo énfasis en la participación ciudadana y la descentralización, mantiene un fondo de Fomento de Medios de Comunicación Social, cuyo objetivo es “financiar, en forma complementaria, proyectos relativos a la realización, edición y difusión de programas o suplementos de carácter regional o local que refuercen el rol de la comunicación en el desarrollo social y cultural de nuestro país, rescatando la identidad propia de cada región, informando sobre su acontecer económico, social y cultural, fortaleciendo los procesos y estrategias educacionales de cada zona”. Finalmente, CORFO, desde el ministerio de Economía, tiene un llamado “Concurso CORFO TV”, y su objetivo es “apoyar el desarrollo de proyectos para televisión en los géneros de ficción, reportaje, documental, animación e infantil”.

<sup>20</sup> TVN, CORFO, CNCA, SEGEGOB, Ministerio de Educación

<sup>21</sup> Contribuir al reconocimiento y desarrollo de los valores que fundamentan nuestra sociedad promoviendo una televisión de calidad.

<sup>22</sup> De acuerdo a estudios de la infancia (Sociedad Chilena de Pediatría, SOCHIPE), la televisión si bien contribuye al desarrollo de los niños, también tiene efectos nocivos sobre todo la primera etapa de crecimiento (por ejemplo, los niños menores de 5 años perciben las imágenes de la Televisión como reales y verdaderas, lactantes de seis meses forman en su cabeza imágenes de logos y personajes comerciales, y a los tres años ya preguntan por productos con marcas específicas; la televisión tiene efectos en la conducta sobre todo en la exposición prolongada a imágenes de violencia, aunque sean juegos infantiles) (ppt. Valeria Rojas, Hospital Gustavo Fricke, SOCHIPE). En este sentido, se justifica que la política pública por lo menos proteja a las niñas y niños en la primera etapa de crecimiento.

eficacia del Fondo. Para avanzar en esta dirección, durante el proceso de evaluación, se definió junto a la institución responsable, cuatro sub-componentes, en la lógica de incorporar líneas o categorías de financiamiento contempladas en las bases de concurso (regional, nacional e internacional) y diferenciando el público general del público infantil (como parte de la población objetivo) en coherencia las directrices del Fin del Fondo CNTV.

### **Diseño**

El diseño del programa incluye los criterios “cultural” y “calidad”, en el sentido de financiar programas televisivos que cumplan con ellos, mediante un concurso público. Estos conceptos de “cultura” y “calidad” han sido materia de debate, ya que si bien el Fondo CNTV ha incorporado atributos que explican la noción de calidad en las bases, aún no se cuenta con criterios para su operacionalización en las etapas de evaluación ex ante que garanticen el logro del propósito. Al respecto, si bien los responsables del Fondo manifiestan que en las bases se establecen los criterios de calidad<sup>23</sup> para los programas del Fondo, no se especifica la ponderación de cada uno de ellos en la evaluación del proyecto; además, no se ofrece una operacionalización de los contenidos “culturales o de interés nacional o regional”, tanto para el evaluador y para el H. Consejo que decide finalmente los proyectos ganadores. Como consecuencia, no existe una ponderación de estos criterios en cada una de las etapas de selección (evaluación técnico-financiera, evaluación de contenidos, selección del Consejo), que permita consignar el peso de cada una de las dimensiones (calidad y cultura) y sus atributos en la evaluación final. En el caso de la evaluación técnico-financiera no se consideran explícitamente estos criterios, dado que su objetivo es verificar el cumplimiento de los requisitos formales y evaluar la solicitud correcta de recursos y la organización requerida para la realización del proyecto. En el caso de la evaluación de contenidos “se evalúa cada uno de los criterios con una nota del 1 al 7” (sin distinguir la relevancia que pudiera tener un atributo respecto a calidad y/o respecto a cultura), y en el caso de la selección del H. Consejo, no existe un acta que dé cuenta del cumplimiento de los atributos con respecto a las propuestas premiadas. Esto es especialmente importante, si se consideran los alcances de conceptos asociados a calidad como “universalidad de contenidos” y “masividad” presentes en las bases, que pudieran en algunos casos no cumplirse en producciones que relevan un contenido cultural por ejemplo de interés local o regional. También cobra relevancia cuando se plantea una noción de calidad sujeta principalmente a criterios técnicos sin especificar su relación con el contenido cultural.

### **Eficacia/Calidad**

El mecanismo que el Fondo CNTV establece para lograr su propósito, entendido como el resultado de un mayor acceso de los telespectadores a la oferta de programas televisivos de calidad con el criterio de alto nivel cultural y de interés nacional y/o regional, corresponde a la exigencia de que ellos deban ser exhibidos en la televisión abierta y vistos por los telespectadores. Para ello, el programa estableció como indicador “*Participación (en audiencia) del promedio ponderado anual de los programas financiados por el Fondo*”, medido a través del *Share*, indicador que debe ser leído complementándose con el *Rating*<sup>24</sup>. Ambos indicadores de audiencia son medidos en Chile a través de un audímetro conocido también como People Meter, que opera a partir de una muestra de hogares<sup>25</sup>.

---

<sup>23</sup> Que incorporan criterios propios de la producción audiovisual y televisiva.

<sup>24</sup> Esto significa medir el número de personas que han visto los programas del fondo en relación a todos los televisores encendidos en ese momento, medido por el *rating*, y medir los minutos que han visto los programas esas personas, medido por el *share*.

<sup>25</sup> Este sistema, perteneciente a la empresa Time-Ibope consiste en la medición del visionado de hogares, en una muestra definida para ello. Este visionado es obtenido a través de una caja decodificadora instalada en cada uno de estos hogares, que registra minuto a minuto los cambios en el televisor; además, cada miembro del hogar debe indicar quién es, mediante el accionar de un botón, lo cual es solicitado por una señal en la televisión (Martínez y Masot). “Tras registrar su comportamiento televisivo, cuantificarlo y ponderarlo, se generan las cifras de audiencia total que Time-Ibope da a conocer instantáneamente (provisorias) o con un día de retraso (definitivas). Sobre la base de estos índices, los agentes interesados estiman los comportamientos del total de los televidentes y, de paso, toman importantes decisiones programáticas y de inversión publicitaria” (Arnold, 2002). Se concentra sólo en grandes ciudades: Santiago (con alrededor de 450 hogares y 1.800 personas), y a partir del año 2005, 150 casos más repartidos entre las ciudades de Antofagasta, Valparaíso, Concepción y Temuco.

En el período se observa una tendencia a la baja para ambos indicadores, es decir, que la tendencia es que los programas financiados por el fondo son menos vistos. En 2010 se obtenía como promedio un *share* de 11,74 puntos y un *rating* de 5,36 puntos, mientras que en 2013 estas cifras cayeron a 9,67 y 5,22 respectivamente<sup>26</sup>.

Para explicar la baja sistemática en los indicadores de *share* y *rating*<sup>27</sup>, es necesario observar con mayor detalle otras variables, como la difusión de los programas<sup>28</sup> y su programación horaria<sup>29</sup>. De acuerdo a los datos disponibles, muchos programas son televisados en horario de baja audiencia<sup>30</sup>, en donde el visionado medido por *share* y *rating* es muy bajo. No obstante, se presenta un aumento proporcional en el período de los programas exhibidos en horario prime: de 44% en 2010 a un 58% en 2013 del total de programas estrenados y exhibidos en ese año.

El año 2013 el Fondo financió un total de 19 proyectos de programas de televisión, lo que representa una reducción del 13% respecto de los financiados el 2010 (22) y del 27% de los financiados el 2012 (26). Se observa también una reducción del número de proyectos presentados (28%) en el período, lo cual también se produce a nivel de sub-componentes, no obstante, es mayor en la postulación de programas orientados al público infantil (60% menos). Esta reducción también se produce en el número de proyectos con una evaluación positiva de su viabilidad técnica – financiera (proyectos viables, 40%). Es importante mantener control sobre esta tendencia a la baja del número de proyectos postulantes, dado que la asignación de recursos mediante la modalidad de concurso requiere de una oferta amplia que permita escoger buenos proyectos<sup>31</sup>.

Si bien el programa no establece metas en el ámbito del financiamiento de un número de proyectos, sí se estableció el indicador “Porcentaje de proyectos financiados respecto del total de proyectos postulantes”. Los datos al respecto muestran que el programa, a pesar de la reducción del número de proyectos presentados, ha aumentado la cobertura de financiamiento, de un 6% del total de proyectos presentados en 2010 a un 8% en 2013, siendo el 2012 el año de mayor cobertura con 13%. Este aumento es mayor en el caso del financiamiento de proyectos calificados como viables (es decir, que han pasado la evaluación técnica financiera), indicador que pasó de un 10% de ellos a un 14% en el período.

Durante el período de evaluación, se observa una disminución de un 19% en la emisión de programas: en 2010 se emitieron 27 programas, subiendo a 29 en 2011, para disminuir a 22 programas emitidos en 2013. Al considerar el tiempo que toma la producción de los programas televisivos hasta su emisión en canales de televisión abierta, el Fondo exige como plazo máximo de esta emisión, tres años desde que el proyecto obtiene financiamiento. De acuerdo a los datos entregados, se observa que para el año 2008, el 32% (8 programas) no logró ser emitido dentro de este plazo (1 de estos programas no ha finalizado su etapa de producción y otro aún no es emitido). Para el año 2009, la situación se revierte un poco, ya que

---

<sup>26</sup> En el año 2011 se registra el mayor valor para ambos indicadores, debido a que se consiguió una alta audiencia en el caso del programa “Los Ochenta”, que implicó un aumento del indicador en su conjunto.

<sup>27</sup> Es importante señalar las limitaciones que tiene la medición *rating* ocupada para evaluar visionado (entendido como la acción de “ver imágenes cinematográficas o televisivas”). Por un lado, el tamaño de la muestra en regiones no logra ser representativo (un número de casos por cuida –Antofagasta, Valparaíso, Concepción y Temuco, con un número de casos menor a un mínimo estadístico de representatividad regional), por lo que sería principalmente una medición para la región metropolitana (también con limitaciones puesto que dado el tamaño de la muestra, es posible sostener que no necesariamente arrojará datos de visionado estratificados representativos que alcancen el mínimo estadístico). Y en segundo lugar, esta medición de audiencia no permite tener antecedentes del visionado en el sector rural, donde la televisión abierta se constituye en el único medio televisivo.

<sup>28</sup> Si bien no te tuvo acceso a la cuantificación de los compromisos de difusión de los programas por parte de los canales, se considera que debe normalizarse las formas de difusión de los programas en torno a lograr una mayor cantidad de medios usados y tiempo invertido, de modo de informar previamente a un mayor número de telespectadores.

<sup>29</sup> Estudio Complementario, DIPRES 2014 (Breull).

<sup>30</sup> De acuerdo al Estudio Complementario, DIPRES 2014 (Breull), para el año 2013, considerando tanto los estrenos como los no estrenos financiados por CNTV y emitidos en TV Abierta, el 82% son emitidos en horario *off-prime*.

<sup>31</sup> Según información obtenida del departamento de Fomento de CNTV al final de la presente evaluación, esta tendencia no se habría manifestado durante el año 2014, ya que el número de postulaciones se habría mantenido en relación al año 2013.

el 11% (4 programas) no fue exhibido antes del año 2013 (uno de estos aún no se ha emitido). Para el año 2010, se observa que un 9% (2 programas<sup>32</sup>) no cumple con esta obligatoriedad de emisión. Para el período 2008-2010, se observa que 14 programas no ha cumplido con esta obligatoriedad, lo que equivale al 17% del total de proyectos financiados en este período (84); y 5 programas (6%) no han sido exhibidos aún. Esto implica que existe un riesgo de no emisión, lo que obliga a mejorar los mecanismos de seguimiento de los compromisos de emisión por parte de las productoras financiadas y los canales asociados<sup>33</sup>.

Se observa que el gasto en producción en programas de procedencia regional aumenta desde un 9% el año 2010 a un 19% en el año 2013, no obstante, el número de proyectos en este ámbito se ha reducido<sup>34</sup>. En el 2010 se financió el 13% de los proyectos viables a nivel regional (4 proyectos) y en 2013 cayó al 11% (3 proyectos).

El presupuesto a nuevas temporadas en el período ha sido de \$2.178 millones y se registra una caída de un 40% en el período, aunque su comportamiento ha sido más bien oscilante, registrándose un aumento superior al 70% en el 2012. De acuerdo a las entrevistas realizadas a expertos, el financiamiento a segundas o terceras temporadas puede resultar beneficioso para instalar programas en el medio televisivo, sobre todo cuando no se cuenta con el respaldo de un canal. No obstante, es más cuestionable financiar segundas temporadas de programas exitosos de canales privados (cuyo caso más emblemático es la serie “Los 80”), que de acuerdo a lo recaudado por concepto de auspicio, podrían sostener por sí solos segundas y terceras temporadas.

Para evaluar la calidad de los programas financiados y exhibidos en televisión abierta (calidad entendida como la satisfacción de los usuarios del Fondo CNTV), se estableció el indicador “Variación porcentual anual de apariciones en prensa escrita y/o repercusión en redes sociales de programas en emitidos financiados por el Fondo”. De acuerdo a los resultados del estudio complementario, efectivamente los programas de CNTV presentan apariciones en medios de comunicación, no obstante, algunas de las menciones son indirectas, es decir, no tienen relación con los contenidos de los programas. El estudio también muestreó cuatro programas culturales para el año 2013 que no fueron financiados por el fondo. De acuerdo a los datos obtenidos, se observa un incremento de un 68% del número de menciones en medios en el período 2011 - 2013, incluso si se extraen las menciones indirectas. El promedio de apariciones en 2013 (1.068 por programa evaluado financiado por el Fondo CNTV) es mayor al promedio de programas no financiados por el Fondo (468). Ambos comportamientos se explican por el alto nivel de *hashtag*<sup>35</sup>. Se puede establecer que al menos en prensa los programas del Fondo tienen una mayor repercusión. Esto es coherente con los reconocimientos nacionales e internacionales que ha obtenido en Fondo.

También se puede entender la calidad como atributo de producción televisiva, como mecanismo de evaluación indirecta, a través del nivel de reconocimientos y premios que han obtenido los programas financiados por el Fondo CNTV. En el período 2010 a 2013, se registran premios por lo menos a 12 programas financiados<sup>36</sup>.

---

<sup>32</sup> Ambos son miniserias finalizadas. Se informa que serán emitidas por ARCATEL

<sup>33</sup> Se puede evaluar la posibilidad de pagar una última cuota del proyecto una vez emitido el programa, en cumplimiento del compromiso asumido por la productora y el canal.

<sup>34</sup> En el presupuesto del Fondo CNTV se establece una glosa presupuestaria de que hasta un 25% de los recursos autorizados se destinen preferentemente a programas regionales. Este porcentaje no tiene relación con la población regional que es beneficiaria potencial del Fondo (que según los últimos censos de 1992 y 2002 oscilaría en el 60% del total nacional).

<sup>35</sup> Menciones en la red social electrónica Twitter. Lamentablemente no se cuenta con el análisis de contenido de estas menciones.

<sup>36</sup> Primer EMI otorgado al programa “Con que sueñas” en el año 2011; dos premios y una nominación en el Festival internacional Prix Jeunesse en 2011; el premio Altazor 2012, con la serie documental “Voy y Vuelvo”; cinco premios de la Fundación “Qué veo” en 2012 (programas “con que sueñas” “Vida por vida”, “Cromosoma 21” y los infantiles “1 2 3 A jugar”, “Renata”); cinco premios Altazor en 2013: 3 al reemplazante” 1 a “Violeta se fue a los cielos” y 1 a “Voy y Vuelvo”.



## **Economía**

El presupuesto inicial para el año 2014 asciende a \$4.013 millones y el gasto devengado del presupuesto para el año 2013 fue de \$ 4.156 millones.

El presupuesto total del Fondo CNTV se compone de la asignación inicial de Ley de Presupuestos<sup>37</sup> que corresponde el 2013 al 97% del presupuesto inicial que se dispone y una asignación proveniente del presupuesto de CNTV como institución, destinada a financiar personal, gastos de consumo y servicios. Se suman los aportes propios de las productoras independientes y/o canales, que comprometen en el momento de postular.

Se observa en el período 2010 y 2014 una reducción del presupuesto de la institución y del Fondo del orden del 20%. Específicamente en el caso de este último, la asignación específica al mismo se reduce sistemáticamente durante todo el período (-19%), mientras que la asignación a personal y gastos de consumo tiene un comportamiento más variable. Se observa que la reducción en el presupuesto del Fondo es proporcionalmente mayor que la reducción del presupuesto de la institución responsable. .

El programa a partir del año 2011 mantiene una ejecución presupuestaria adecuada, en el orden de casi el 100%. El año 2010 se registra una ejecución notoriamente menor (73%), cuya causa, según señala el personal del Fondo corresponde a una disminución del presupuesto inicial originada por necesidades de financiamiento del Programa de Reconstrucción originado por el Terremoto de 2010, que implicó una reducción de los presupuestos de todas las reparticiones públicas que no intervinieron en la reconstrucción. No obstante, si se mide el gasto devengado con respecto al presupuesto final este porcentaje sube a 99,2% el año 2010.

En el período 2010-2013 se constata un apalancamiento de recursos superior a \$22.000 millones, siendo consistente con el objetivo de comprometer en mayor grado a la televisión abierta con la producción y emisión de programas de carácter cultural y de interés nacional o regional. De acuerdo al comportamiento del período, este aporte puede ir de 0 al 100% de los recursos solicitados por parte de los postulantes. Según ha informado el Departamento de Administración y Finanzas del CNTV, estos recursos no son parte del presupuesto, y no se produce ningún tipo de registro de los mismos en términos de una contabilidad específica del gasto real de estos aportes; sólo se constatan en el contrato y una carta notarial de compromiso del aporte. Dado que existe un proceso de supervisión que da cuenta de la ejecución de los compromisos adquiridos con el proyecto (incluidos el aporte), y sobre todo porque este aporte muchas veces proviene de la emisión en televisión de los programas financiados por CNTV, debiera exigirse una rendición apropiada de los aportes realizados por los canales y las productoras (que no se exige en este caso), que garantice que los recursos de CNTV no están subsidiando los canales de televisión que funcionan como empresas privadas, a excepción de Televisión Nacional de Chile, toda vez que se trata de la televisión pública.

El programa es un subsidio por lo cual no considera recuperación de gastos. No obstante, es una materia que debe revisarse, sobre todo cuando los canales privados de televisión abierta se benefician directamente del éxito de los programas del Fondo, como es el caso de programas como “Los Ochenta”. Esto obliga a mantener un seguimiento económico más eficiente, con respecto a la rendición del aporte propio de los proyectos, así como una evaluación del éxito económico del programa cuando se proponen segundas temporadas.

## **Eficiencia**

Para realizar un análisis costo-efectividad se eligió la variable gasto por minuto de programa televisivo financiado por el Fondo-CNTV. Para este indicador solo se considera el financiamiento del Fondo, sin

---

<sup>37</sup> Que corresponde al presupuesto inicial fijado en la Ley de Presupuestos de cada año.

incluir los aportes propios de las realizadoras. Si bien se observa una caída en el total de minutos financiados entre los años 2010 y 2013 de un 27% (de 12.753 a 9.260 minutos respectivamente), el gasto por minuto incrementa en un 56% (de \$260 mil a \$406 mil en el período). Las razones de este aumento esgrimidas por el personal del Fondo, se deben principalmente a la incorporación en los proyectos de los gastos destinados a cumplir las leyes laborales<sup>38</sup>, que a partir del año 2011 se hicieron obligatorias en el ámbito artístico (se debe considerar que más del 50% en promedio del financiamiento de proyectos se destina a personal: actores, realizadores, técnicos, entre otros).

Al igual que a nivel del componente, se observa un incremento en el gasto por minuto en todos los sub-componentes entre los años 2010 y 2013. El gasto por minuto de los programas infantiles creció de \$355 mil a \$655 mil; el de los programas regionales de \$283 mil a \$504 mil; y los para todo público de \$285 mil a \$380 mil. En el caso de las co-producciones internacionales, que se iniciaron el 2011, el aumento es de \$439 mil en ese año a \$1.463 millones en 2013. Llama la atención particularmente este aumento de un 250% en las coproducciones internacionales, seguido por el aumento de 100% para las producciones infantiles y de un 96% en el gasto por minuto de las producciones regionales en el período 2010-2013.

El número de programas financiados ha disminuido en el período 2010 – 2013 en un 16% (de 22 a 19), mientras que el gasto en componentes ha aumentado en un 12% y el gasto del Fondo-CNTV por programa ha aumentado aún más (30%). Las diferencias de financiamiento entre un programa y otro son altas, lo que no necesariamente se atribuye a diferencias en el número de minutos considerados en cada programa<sup>39</sup>. Respecto de este aumento considerable en el período se aducen motivos de la industria, específicamente el pago de leyes laborales que la industria audiovisual ha tenido que asumir en el último tiempo. Otra razón que tiene incidencia en los mayores costos de producción dice relación con requerimientos de mejoras tecnológicas que responden a los estándares de calidad técnica por normas que dicta la calidad HD y la televisión digital. Ahora bien, no es posible confirmar esta explicación en todos los programas, ya que son muy distintos unos de otros, dependiendo de la categoría, y al interior de cada categoría de la forma en que se empleen los recursos (clasificados en el sistema de rendiciones como personal, recursos técnicos y materiales y costos de producción) en cada programa.

La variabilidad del costo de los programas depende de la categoría, el tipo de recursos que emplee (personal, ambientación, recursos tecnológicos, etc.), y el co-financiamiento de la productora y/o canal de televisión. De este modo, hay programas cuyo gasto por minuto financiado por el Fondo CNTV es de M\$1.345, en comparación a otros que no supera los M\$65. Si se consideran los aportes de la productora y/o canal, las diferencias entre programas van de M\$3.570 el costo mayor, a M\$80 el menor costo por minuto. Otro aspecto que llama la atención respecto al costo del Fondo CNTV, es que aproximadamente el 10% del total de financiamiento del período no fue rendido, debido a que corresponde a imprevistos y utilidades (este último concepto sólo empleado hasta el año 2011). Nuevamente, se observa que hay programas cuyo monto de imprevistos y utilidades supera los M\$45.000, mientras que hay otros en donde no se registra este gasto. Ahora bien, se puede establecer que un mayor costo del programa no necesariamente implica una mejor calidad, pues programas que han sido reconocidos por su calidad, están por debajo del promedio del costo por minuto del total de programas financiados en el período<sup>40</sup> (considerando los aportes que realiza la productora y/o canal).

---

<sup>38</sup> Entendemos que se refieren al pago de las cotizaciones de previsión y salud en los contratos de trabajo. Esta exigencia proviene de las demandas de organizaciones gremiales de artistas, en torno a la aplicación de la ley promulgada al respecto el año 2003 (departamento de fomento, CNTV). Información de los derechos laborales de los artistas se encuentran en el sitio web de la Unión de Artistas de Chile. Se registra información noticiosa sobre una demanda de ChileActores al respecto en el año 2011. No obstante, se debe considerar que no todos los programas contemplan la actuación (ficción), aunque sí son los más caros.

<sup>39</sup> Por ejemplo, en el año 2013, existen dos programas con la misma cantidad de minutos, uno regional con un financiamiento cercano a los 190 millones, y otro nacional con un financiamiento de 513 millones. Lamentablemente no se ha tenido acceso a los valores de la industria que permitan comparar estas cifras y evaluar su magnitud.

<sup>40</sup> Este es el caso de la premiada serie “¿Con qué sueñas?”.

Los gastos de administración informados para el año 2013 corresponden al 7% del gasto total del programa y su comportamiento ha sido variable durante el período, registrándose el mayor gasto en el año 2012 con un 9% del gasto devengado total. No obstante, su incremento neto en el período es de un 1,7%, lo que aparece como una cifra razonable, al igual que la proporción que ocupan dentro del gasto total del programa.

### **Desempeño Global**

Como se ha planteado en la evaluación, el Fondo responde a una necesidad concreta, originada en la importancia e influencia de la Televisión Abierta en la sociedad contemporánea, evaluada en los diagnósticos realizados desde el año 1993 a través de la Encuesta Nacional de Televisión<sup>41</sup>.

En este sentido, el Fondo-CNTV constituye un avance respecto al problema identificado como “la falta de una televisión abierta de calidad con contenido cultural de interés nacional y regional”<sup>42</sup>, y fundamentado en esta evaluación. En este sentido, se configura como una señal positiva y una referencia para la programación en televisión abierta, a partir del nivel de reconocimientos que tiene y el nivel de satisfacción que manifiestan quienes han visto los programas financiados por el Fondo a través de la encuesta nacional de televisión 2011 (última encuesta realizada) y por los informantes calificados consultados.

No obstante, los programas financiados, aún con los criterios de masividad (es decir, programas que lleguen a la mayor audiencia posible) y calidad técnica de los contenidos, no han consolidado una audiencia en la televisión abierta. El 82% de las personas que han visto algún programa premiado por el Fondo, no saben que ha sido financiado por el Fondo CNTV (encuesta nacional de televisión 2011). A pesar de la existencia del Fondo, el alto nivel de insatisfacción con la Televisión Abierta se mantiene<sup>43</sup>.

El Fondo CNTV presenta una disociación entre los conceptos básicos que lo pretenden justificar de acuerdo al problema planteado, disociación que persiste además entre los distintos departamentos del CNTV<sup>44</sup>. Por una parte se presenta una definición a nivel de Fin del rol que le cabe al CNTV, en donde el eje de la justificación gira en torno a una definición cultural orientadora de los programas que financia y a la promoción de valores sociales (relacionados con la identidad nacional y regional, el pluralismo, la infancia, entre otros); mientras que, en la práctica, el Fondo define criterios en las bases que se orientan más hacia un concepto de calidad<sup>45</sup> entendido dentro de un medio televisivo competitivo y masivo, de modo que los canales estén dispuestos a emitir los programas financiados, dejando en segundo orden de

---

<sup>41</sup> Histórico 1993 – 2011. Encuesta Nacional de Televisión. La TV abierta es el principal medio de comunicación señalado por las personas entrevistadas desde que se inició la aplicación de la encuesta.

<sup>42</sup> Problema que originó la creación del Fondo CNTV y que persiste en la actualidad.

<sup>43</sup> Se debe señalar que esta encuesta registra un nivel de satisfacción mayor con los programas financiados por el Fondo en comparación a la programación cultural en general.

<sup>44</sup> El departamento de supervisión y el departamento de estudios manejan una definición de programa cultural distinta a la del Fondo CNTV (Departamento de Fomento). La norma cultural que utiliza el Departamento de Supervisión de CNTV establece que: “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.” “La definición que usa el Fondo-CNTV es amplia ya que deja libertad, de contenido y formato a los programas que pueden ser premiados, ya que, tal como lo indica el artículo 12 letra b) de la Ley N° 18.838: promover, financiar o subsidiar la producción, transmisión o difusión de programas de alto nivel cultural, de interés nacional o regional, así calificados por el Consejo Nacional de Televisión. Este artículo, le otorga privativamente al consejo la calificación de los programas respecto a este fondo concursable” (Departamento de Fomento CNTV).

<sup>45</sup> Cuyos atributos son explicitados en las bases de postulación y que pueden resumirse como: calidad artística; atractivo audiovisual y argumental; coherencia con la ley y políticas del consejo; innovación; universalidad de contenidos; capacidad equipo técnico; coherencia entre objetivos y duración total del proyecto.

importancia los contenidos culturales o su vinculación con los valores enunciados en el fin. Esto es especialmente grave en el caso de la programación infantil nacional, con menos programas financiados y exhibidos por el Fondo en el periodo<sup>46</sup>, y que casi no existe en la televisión abierta por el creciente desinterés de los canales, dado que no se trata de un producto masivo (Estudio Complementario, Luis Breull).

Ahora bien, esta problemática es compleja, y hasta el momento no es asumida como una política pública coordinada interinstitucionalmente que efectivamente contribuya al fin, considerando la necesidad de transitar de “un consumidor” de programas televisivos a una ciudadana o ciudadano empoderado y crítico, capaz de demandar y valorar contenidos televisivos centrados en los valores que busca fortalecer a través del Fondo CNTV. Hasta el momento el visionado de los programas es bajo, no existe una asociación de los programas financiados y emitidos con CNTV o con una política pública al respecto.

De acuerdo a lo señalado relativo a al gestión del programa el proceso de evaluación ex ante no existe una ponderación de los criterios “calidad” y “cultura” en cada una de las etapas de selección de los proyectos, que permita conocer el peso relativo de ambos criterios. Esto es especialmente importante, si se consideran los alcances de atributos como “universalidad de contenidos” y “masividad”, en relación al propósito que especifica el contenido cultural de interés nacional o regional. También cobra relevancia cuando se plantea una noción de calidad sujeta principalmente a criterios técnicos sin especificar su relación con el contenido cultural. Por tanto es fundamental contar con instrumentos de evaluación ex-ante más específicos que el procedimiento usado actualmente.

En relación a la evaluación de la satisfacción de los telespectadores con los programas del fondo (indicador de calidad), el modelo de estudio cuantitativo que ha usado el Fondo CNTV en el período de evaluación, adolece de fallas estructurales en su diseño metodológico que impide establecer una continuidad evaluativa en el tiempo, en términos de comparación de datos y estimación de tendencias. La definición del diseño muestral y del universo objetivo no tienen un criterio permanente, ni se alinean tampoco con las estratificaciones usadas en la industria televisiva. El número de casos para realizar inferencias en algunos segmentos de la muestra no alcanza el mínimo estadístico. Todo lo anterior no permite asignar rigor metodológico a estos estudios, en términos de validez y confiabilidad de resultados.

El presupuesto del Fondo se ha reducido en un 21% durante el periodo, lo que ha implicado el financiamiento de un número menor de programas. Además, se suma a ello la disminución del número de minutos financiados, por lo que hay una menor producción neta. A partir de lo anterior, es posible inferir que disminuye la participación de nuevos programas del Fondo en la televisión abierta, lo que implica que no se logra aumentar la oferta de programas culturales en este medio de comunicación, disminuyendo la capacidad del Fondo CNTV de contribuir al Fin propuesto.

El costo de los programas financiados es muy variable y depende de la categoría, el tipo de recursos que emplee (personal, ambientación, recursos tecnológicos, etc.), y el co-financiamiento de la productora y/o canal de televisión. Ahora bien, se puede establecer que un mayor costo del programa no necesariamente implica una mejor calidad, pues programas que han sido reconocidos por su calidad, están por debajo del promedio del costo por minuto del total de programas financiados en el periodo<sup>47</sup> (considerando los aportes que realizan la productora y/o canal). Además, el aumento de aporte de terceros en un 157% no se refleja en la producción de minutos de programación televisiva, la cual ha caído en el período.

Dada la información disponible para la presente evaluación, no es posible determinar si el costo del programa es razonable, aunque tampoco se puede decir lo contrario. El panel no tuvo acceso a datos de la industria de la televisión a nivel nacional e internacional que permitan establecer parámetros en los

---

<sup>46</sup> El número de proyectos ha caído en un 33% en el periodo, y el número de minutos financiados ha caído en un 43%.

<sup>47</sup> Este es el caso de la premiada serie “¿Con qué sueñas?”.

costos de la producción televisiva. El Fondo CNTV no cuenta con un mecanismo informativo que permita establecer si existe una relación positiva entre costo de los programas, su calidad y nivel de visionado que alcanza su emisión.

El panel considera que se justifica la continuidad del Fondo, dado que el problema al cual se enfrenta continúa vigente en relación a la baja satisfacción que existe con la televisión abierta. Además, para el año 2013, solo el 1,8% de las horas de programación televisiva son culturales (996 horas, de un total de 54.583; con una leve caída respecto a 2012). Por otra parte, también se justifica por la importancia e influencia de la Televisión Abierta en la sociedad contemporánea, evaluada en los diagnósticos realizados desde el año 1993 a través de la Encuesta Nacional de Televisión (realizada cada tres años). No obstante, la producción de componentes así planteada no presenta indicadores favorables para el período en términos del visionado de los programas financiados por el fondo por parte de los telespectadores, de modo de revertir el problema planteado. Para que ello sea posible, el Fondo debe enfrentar cambios tecnológicos que han influido en la programación de la televisión abierta (televisión digital, uso de multiplataformas, redes sociales, etc.) y abrirse a la coordinación con otras instancias ocupadas en el problema a nivel de Fin (CNCA, TVN, SEGEGOB).

En este sentido, a juicio del panel, el Fondo CNTV, dada su experiencia y los valores que busca fomentar asociados al respeto de “la democracia, la paz, el pluralismo, el desarrollo regional, el medio ambiente, la familia, la formación espiritual e intelectual de la niñez y la juventud, los pueblos originarios, la dignidad humana y su expresión en la igualdad de derechos y trato entre hombres y mujeres, así como el de todos los derechos fundamentales reconocidos en la Constitución y en los tratados internacionales ratificados por Chile y que se encuentren vigentes” (Ley n°20.750), debe participar en las iniciativas tendientes a desarrollar una TV abierta de carácter público. Esto implica promover la producción televisiva basada en el diálogo intercultural, que expresa la diversidad presente en cada espacio social; con programas de gran impacto, que se conviertan en hechos sociales, que inviten al debate y a la reflexión plural; que amplíe las posibilidades simbólicas y de relato para la construcción de más ciudadanía, más democracia y más sociedad civil; que entregue criticidad para medir también las imágenes que se reciben en pantalla; que contribuya a imaginarios de identidad simbólica y territorial, revalorizando lo cultural, los pueblos originarios, lo público, la dignidad, entre otros temas, en la dimensión local y nacional.

### **Principales Recomendaciones**

1. Con el objetivo de aumentar el visionado de los programas financiados por CNTV, se recomienda:
  - Establecer mecanismos que garanticen la emisión de los programas financiados por el Fondo en horarios de alta audiencia, bajo el entendido que se trata de programas aptos para todo público y haciendo las distinciones de la programación específicamente infantil.
  - Promover el uso de multiplataforma de los programas financiados, tanto para su difusión y visionado, usando las tecnologías de internet y redes sociales.
  - Promover la postulación de contenidos, temáticas y formatos televisivos, considerando aquéllos que son mayormente vistos por la teleaudiencia, como programas en vivo, debate y conversación; contenidos relativos a personas y hechos de la vida cotidiana; rupturas programáticas en horarios segmentados con formatos estandarizados (como la mañana o la tarde), dirigidos a públicos específicos (mujeres, niños y jóvenes), entre otras alternativas. Esto implica reconsiderar el criterio de masividad en el contexto actual del visionado de programas y los cambios en la industria planteados.
  - Desarrollar un proceso de difusión amplia del fondo CNTV, orientado por un lado a que los telespectadores se informen sobre los programas televisivos que ha financiado CNTV (fortalecimiento de audiencias), y por otro, a aumentar la oferta de propuestas. Especial importancia tiene la producción infantil, que se ha reducido en el período.

- Revisar si la exigencia de emisión por parte de algún canal en el momento de la postulación (o 60 días después de aprobado el proyecto), implica una barrera de entrada para algunos postulantes, considerando que puede ser obtenida con el producto final “programa televisivo”, que cumpla con los criterios de calidad exigidos por CNTV y que con ello (con un buen producto final), sea más fácil obtener el compromiso de emisión en algún canal.

2. Como buenas prácticas en la selección y seguimiento de proyectos, se recomienda:

- Diseñar instrumentos de evaluación que ponderen específicamente los criterios de “calidad” e “interés cultural”, tanto en la evaluación técnico financiera, la evaluación de contenidos como en la selección final que realiza el H. Consejo. Se recomienda que en esta última selección, se levante un acta con los criterios usados en la decisión del H. Consejo.
- Dada la magnitud de los recursos que financia el Fondo, realizar un concurso público anual de evaluadores y supervisores externos;
- Implementar un procedimiento más riguroso para garantizar los aportes comprometidos por los canales de televisión, a través de un sistema de rendiciones pormenorizado.
- En el caso del financiamiento de nuevas temporadas, evaluar la repercusión económica de programas exitosos para los canales, estableciendo la capacidad del canal de financiar por sí solo la nueva temporada y la necesidad del Fondo CNTV. En esta misma línea, es fundamental fijar criterios claros y específicos respecto al financiamiento en más de una oportunidad a una misma productora, realizador/a y/o canal de libre recepción.
- Establecer un protocolo conocido sobre los derechos de explotación de los programas producidos con recursos del Estado, considerando todas las partes involucradas, y que no sea una esfera de negociación meramente privada entre la productora y el canal emisor.
- Elaborar una base de datos integrada de los proyectos financiados, que registre aspectos técnicos (año, categoría, breve síntesis, capítulos y minutaje comprometidos, capítulos y minutaje realizados); el nombre de los evaluadores y supervisor; aspectos presupuestarios (monto financiado, aportes canal, aportes productora; monto rendido: remuneraciones, recursos técnicos y materiales, costos de producción, utilidades e imprevistos); visionado (rating y share); reconocimientos; direcciones web asociadas; entre otros aspectos. Esto permitiría tener un solo registro de la información y poder usarla más eficientemente para su análisis y toma de decisiones.

3. Realizar análisis de estructura de costos de los programas, por categoría, de tal forma de contar con una clara explicación de los aumentos de gasto de los programas. Al mismo tiempo, se deberá realizar comparaciones con la producción de programas de este tipo tanto a nivel nacional como en otros países.

4. Para la evaluación de resultados del programa, se recomienda:

- Realizar evaluación independiente (de impacto), para evaluar el cumplimiento del fin, la calidad y el comportamiento del visionado considerando los subcomponentes propuestos.
- Rediseño de la encuesta anual de satisfacción que realiza el programa, hacia una complementariedad con las encuestas nacionales de televisión que realiza el Departamento de Estudios.

5. A nivel de propósito se recomienda:

- Fomentar un proceso de discusión al interior de CNTV que permita manejar criterios comunes para la categorización de un “programa cultural”, de modo de mejorar la coherencia interna institucional.

- Implementar una estrategia de formación de audiencias, tanto en los procesos de producción como en los procesos de recepción, con metas, acciones y recursos específicos. Esto contribuiría por un lado a considerar los intereses respecto de lo que se aspira a ver en televisión (sobre todo considerando las propuestas desde señales independientes, las organizaciones entorno a la mesa de televisión digital, y los espectadores que demandan mayores programas culturales, según las encuestas), como forma de enfrentar al alto nivel de insatisfacción que existe con la televisión abierta, y, por otro, a la formación de audiencias, de modo que formar un público que conozca los programas del Fondo (que hasta el momento, mayoritariamente no ocurre), y que contribuya a la promoción del visionado.
- Contribuir técnicamente y con programas televisivos, a las iniciativas públicas y privadas que están promoviendo la creación de una señal abierta que transmita contenidos culturales y de calidad, y aquéllas que sostienen señales autogestionadas, como alternativa para transmitir los programas financiados por el fondo.
- Mejorar la articulación a nivel regional con canales, institutos, universidades y organizaciones de la sociedad civil.
- Desarrollar coordinaciones con los distintos actores involucrados en televisión abierta, de acuerdo al problema que quiere resolver (la calidad de la televisión abierta con interés en la cultura nacional y regional), focalizándose en un mayor visionado de los telespectadores a programas televisivos culturales de calidad de interés nacional y /o regional. La coordinación con TVN, CNCA, SEGEGOB y CORFO puede iniciarse en esta dirección.
- Avanzar hacia un rediseño del programa que incorpore las recomendaciones planteadas.

**COMENTARIOS Y OBSERVACIONES  
AL INFORME FINAL DE EVALUACIÓN  
POR PARTE DE LA INSTITUCIÓN  
RESPONSABLE**

**AGOSTO 2014**





MINISTERIO SECRETARÍA  
GENERAL DE GOBIERNO

**OFICIO N°** 1802 .-

**ANT:** 1) Carta C-125/14, del 12 de agosto, de la Jefa de la División de Control de Gestión, DIPRES.  
2) Ordinario N° 571, del 29 de agosto, del Presidente (s) del Consejo Nacional de Televisión.

**MAT:** REMITE RESPUESTA INSTITUCIONAL RESPECTO A LA EVALUACIÓN DEL FONDO DE APOYO A PROGRAMAS CULTURALES Y SUS RESULTADOS.

SANTIAGO, 29 AGO 2014

**DE :** SR. RODOLFO BAIER ESTEBAN  
SUBSECRETARIO GENERAL DE GOBIERNO

**A :** SRA. PAULA DARVILLE ÁLVAREZ  
JEFA DIVISIÓN CONTROL DE GESTIÓN,  
DIRECCIÓN DE PRESUPUESTOS

En cumplimiento a lo solicitado mediante el documento citado en el número 1 del antecedente, tengo el agrado de remitir a Ud., la respuesta preparada por el Consejo Nacional de Televisión (CNTV), que refleja la opinión de la institución respecto del proceso de evaluación del "Fondo de apoyo a programas culturales" de CNTV y postura frente a los resultados de dicha evaluación, de modo que sea adjuntada a los antecedentes que se remiten al Congreso Nacional.

Con el interés que la información sea de su utilidad, lo saluda atentamente,



**RODOLFO BAIER ESTEBAN**  
SUBSECRETARIO GENERAL DE GOBIERNO

DHR/OTC/MS/LE

CC:

Unidad de Planificación y Control de Gestión, SSGG.  
Central de Documentación, SSGG.  
Archivo Gabinete SSGG.

300/34 00

ORD. N°: 571

**ANT.:** Carta C-125/14 de la Jefa División Control de Gestión Dirección de Presupuestos, M. Hacienda.

**MAT:** Respuesta institucional para adjuntar al Informe Final de la Evaluación del Fondo de Apoyo a Programas Culturales, preparado por el Panel Evaluador.

SANTIAGO, 29 AGO 2014

**DE :** OSCAR REYES PEÑA  
PRESIDENTE (S) CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN

**A :** RODOLFO BAIER ESTEBAN  
SUBSECRETARIO  
SECRETARÍA GENERAL DE GOBIERNO

En atención a carta de la referencia, en que se envía el Informe Final de Evaluación del Fondo de Apoyo a Programas Culturales, en el marco de la Evaluación de Programas Gubernamentales 2014, tengo a bien dar a conocer a usted la apreciación que esta institución tiene del proceso de evaluación y de los resultados del citado informe, en respuesta a la solicitud que indica dicha carta.

Al respecto, y en primer lugar, el Consejo Nacional de Televisión, CNTV valora el proceso de evaluación como instancia que permite revisar, analizar, fortalecer y corregir las acciones que se desarrollan en el quehacer institucional, de uno de los Programas más relevantes de apoyo al fomento de la televisión nacional, más aún si la evaluación es de expertos externos e independientes.

En efecto, durante el primer semestre del presente año, se ejecutó el proceso de evaluación del Fondo, dando cumplimiento a las etapas y plazos establecido para aquello, destacando la participación colaborativa entre el Panel de Expertos, la Dipres y el Equipo CNTV, así como también la disposición para confrontar posiciones y puntos de vista en materias de naturaleza subjetiva como lo es la realización de programas culturales y valóricos para la televisión, particularmente, frente a la amplitud de significados e interpretaciones que nos permite la Ley N° 18.838 que crea el Consejo Nacional de Televisión y sus modificaciones posteriores. Por tanto, y en el entendido que la evaluación tiene como principal propósito el mejoramiento de la gestión del Programa consideramos positivo y satisfactorio el proceso desarrollado con el Fondo de Apoyo a Programas Culturales.

Por otra parte, y en relación a los resultados de la evaluación, el Consejo comparte la opinión del panel, quienes se manifiestan a favor de la continuidad del programa, ya que el Fondo responde a una necesidad concreta, originada en la importancia e influencia de la Televisión Abierta en la sociedad contemporánea y responde al problema identificado como "la falta de una televisión abierta de calidad con contenido cultural de interés nacional y regional", a través del desarrollo de los componentes del programa. Así entonces, el Fondo pretende beneficiar a las audiencias a través del apoyo a la realización de proyectos culturales, de calidad, innovadores, que sean capaces de sobrevivir en el tiempo (en pantalla) y en la memoria. Proyectos por los cuales los canales de TV no están dispuestos a arriesgar recursos, ya que la producción de programas culturales es muy costosa y los canales deben autofinanciarse.

En el plano de las recomendaciones y sugerencias, consideramos que algunas de ellas están orientadas a robustecer la gestión del Programa y otras plantean alcances que involucran el quehacer general de la institución y/o su naturaleza supera el ámbito de competencia del Consejo, las cuales no por ello menos atinentes a las materias en estudio. En este sentido, estamos de acuerdo con la gran mayoría de las recomendaciones directamente vinculadas con el Fondo, es más, algunas en proceso de implementación.

Durante el segundo semestre, y en el contexto del párrafo precedente, en conjunto con la Dirección de Presupuesto y el Ministerio Secretaría General de Gobierno, se trabajará en perfeccionar la gestión del programa evaluado. No obstante, cabe mencionar que la profundidad de las modificaciones y adecuaciones del Fondo deben estar en sintonía con nuestra normativa vigente.

Finalmente, agradecemos la posibilidad de este proceso que contribuye al mejoramiento de la gestión del Programa y por ende de nuestros servicios a la ciudadanía.

Sin otro particular, saluda atentamente,



**OSCAR REYES PEÑA**  
**PRESIDENTE (S)**  
**CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN**

PYC/MLS/JTR/FS

Cc:

Archivo

Distribución:

Paula Darville Álvarez.

Jefa División de Control de Gestión. Dirección de Presupuestos. Ministerio de Hacienda.