

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

PROGRAMA FONDO CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN

**MINISTERIO SECRETARÍA GENERAL DE GOBIERNO
CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN**

**PANELISTAS:
ANDREA PERONI FISCARELLI (COORDINADORA)
DIEGO VÁSQUEZ CONTRERAS
HUMBERTO ZAMORANO DÍAZ**

NOVIEMBRE 2018 - JUNIO 2019

NOMBRE PROGRAMA: Fondo Consejo Nacional de Televisión
AÑO DE INICIO: 1992
MINISTERIO RESPONSABLE: Ministerio Secretaría General de Gobierno
SERVICIO RESPONSABLE: Consejo Nacional de Televisión

RESUMEN EJECUTIVO

PERÍODO DE EVALUACIÓN: 2015-2018

PRESUPUESTO PROGRAMA AÑO 2019: \$4.712 millones de pesos

1. Descripción general del programa

- *Período de ejecución del programa:* desde el año 1992 a la fecha, no tiene fecha de término, sus ciclos de ejecución son anuales.
- *Ámbito de acción territorial:* alcance nacional

El objetivo del Fondo CNTV, a nivel de fin, es “Contribuir, a través de la televisión, al acceso masivo y permanente a la cultura¹, a la preservación de la identidad² y su pluralidad³; al patrimonio⁴ y a los valores democráticos⁵ que sustentan nuestra sociedad”. Para contribuir a dicho objetivo, se plantea el siguiente propósito: “poner a disposición de los telespectadores oferta de programas de televisión de alto nivel cultural de interés nacional, regional, local o comunitario, de contenido educativo; que propendan a la difusión de los valores cívicos y democráticos; o que promuevan la diversidad en los contenidos televisivos y reflejen la conformación plural de la sociedad”. Este propósito se desarrolla a través de dos componentes:(1) “programas financiados de técnica acción real”, con dos sub componentes: i) “ficción” y ii) “no ficción”; (2) “programas financiados de técnica animación”.

El Fondo CNTV financia la totalidad o parte del costo de producción de programas de televisión que se ajustan a las orientaciones del Consejo Nacional de Televisión, organismo del Estado (Ley N°18.838, 1989), institución autónoma de rango constitucional,

¹ Se entenderá por cultura, al conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias (UNESCO, 1982).

² Se entenderá por identidad, desde el ámbito cultural, al fenómeno que se construye desde un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias. En el caso del Fondo CNTV, la identidad a ser promovida refiere a aquella de alcance nacional.

³ Para efectos de esta ley, se entenderá por pluralismo el respeto a la diversidad social, cultural, étnica, política, religiosa, de género, de orientación sexual e identidad de género, siendo deber de los concesionarios y permisionarios de servicios de televisión, regulados por esta ley, la observancia de estos principios Ley 18.838.

⁴ El patrimonio cultural está formado por los bienes culturales materiales e inmateriales que la historia le ha legado a una nación y a la humanidad, por aquellos que en el presente se crean y a los que la sociedad les otorga una especial importancia histórica, científica, simbólica o estética. Es la herencia recibida de los antepasados, y que viene a ser el testimonio de su existencia, de su visión de mundo, de sus formas de vida y de su manera de ser, y es también el legado que se deja a las generaciones futuras (UNESCO, s/f).

⁵ Los valores democráticos refieren al conjunto de valores éticos y sociales fundamentados en una serie de creencias, conductas, métodos, ideas y comprensión política. Asimismo, los principios de la democracia fomentan sus valores, el reconocimiento de una constitución, de la dignidad humana, la libertad de pensamiento y de expresión, la igualdad de derechos y deberes, la limitación y control del poder, entre otros. En el caso del Fondo-CNTV, se refiere a los valores consensuados en la Constitución y adoptados por la ciudadanía en tanto sistema de gobierno y modo de vida.

que tiene entre sus funciones “Art. 12, b) Promover, financiar o subsidiar la producción, transmisión o difusión de programas de alto nivel cultural o de interés nacional o regional, así calificados por el Consejo Nacional de televisión. Anualmente, la Ley de Presupuestos del sector público contemplará los recursos necesarios, de acuerdo con lo establecido en la letra a) del artículo 32 de esta ley.” (Ley N° 19131,1992, que modifica la Ley N°18.838). El CNTV es parte del Consejo del Arte y la Industria Audiovisual⁶ (CAIA), organismo sectorial, creado a partir de la promulgación de la Ley N° 19.981 de Fomento Audiovisual. El CAIA se inserta en el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio⁷.

El servicio que provee es el financiamiento para la producción de programas de televisión según la técnica utilizada en la producción, acción real o animación. En el componente 1, las obras audiovisuales se crean mediante la grabación directa de actores, personajes o elementos reales, recurriendo al rodaje tradicional en estudio o en exteriores. En el componente 2, el tipo de producción se refiere a las obras audiovisuales que se crean mediante la animación de dibujos, la animación en volumen de modelos o marionetas, y la animación por computadora de gráficos informáticos.

El modelo de producción utilizado es el Concurso Público de Proyectos realizado anualmente para la asignación de los fondos, al cual pueden postular las productoras independientes⁸, los canales de televisión de cobertura nacional, regional y local. Estas entidades postulan sus proyectos en base a las normas y procedimientos establecidos en las bases de cada concurso anual. Las etapas del concurso son compartidas para ambos componentes: i) preparación y publicación de las bases, ii) postulación y evaluación de los proyectos, iii) selección y adjudicación, iv) firma de contrato y transferencia de recursos, v) entrega de master y emisión.

Los postulantes, de resultar ganadores, son los responsables y encargados de realizar el programa de televisión premiado. 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. Esta condición es parte de los requisitos para la postulación de proyectos, no es un aspecto de focalización. Por su parte, los canales de televisión abierta son los encargados de difundir y emitir los programas, condiciones, las anteriores, establecidas en la Ley. El concurso consta de tres etapas de evaluación: en una primera instancia se realiza la Admisibilidad; en una segunda instancia se desarrolla la Evaluación Técnico Financiera de los proyectos, y una vez finalizada ésta, se lleva a cabo la Evaluación de Contenido y Calidad Artística, con criterios establecidos en las bases. Para la ejecución de las etapas, el Honorable Consejo de CNTV, con base a un llamado a concurso público, determina una lista de expertos nacionales e internacionales para conformar paneles encargados de realizar las evaluaciones. Corresponde privativamente al H. Consejo asignar el Fondo-CNTV a los proyectos ganadores⁹.

⁶ Su objetivo es el desarrollo, fomento, difusión, protección y preservación de las obras audiovisuales nacionales y de la industria audiovisual, así como la investigación y el desarrollo de nuevos lenguajes audiovisuales

⁷ El CAIA es el organismo que permite cumplir lo que establece la ley del CNTV: “para el financiamiento o subsidio de la programación cultural deberá ser escuchado, en forma previa, el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio”. Ley N°18.838.

⁸ Refiere a: personas jurídicas habilitadas para postular proyectos

⁹ Los evaluadores/as analizan las propuestas según sus perfiles de especialidad, luego se revisan los proyectos en conjunto, con acompañamiento de los profesionales del CNTV, se establece una orden de prelación fundada, y luego el H Consejo del CNTV se pronuncia al respecto.

El Fondo-CNTV es hoy el único subsidio del Estado para la producción de contenidos culturales en televisión abierta, con foco en la audiencia, generando un importante incentivo a la producción de programas de televisión por parte de las productoras independientes y los canales de televisión, entidades que a su vez efectúan aportes para la materialización de estos proyectos. Esta dinámica produce un efecto positivo en la sustentabilidad de la industria televisiva audiovisual, ya que el aporte dirigido a la resolución del problema de la homogenización¹⁰ de la oferta de contenidos en la televisión, amplía la diversidad de la misma, beneficia a los televidentes, y los canales de televisión tienen contenidos para transmitir, de acuerdo al estándar del Fondo CNTV.

La población potencial definida corresponde al número total de hogares del país. El acceso a la televisión de libre recepción es prácticamente universal en todos los hogares. La población potencial se cuantifica en hogares, dado que se comparten aparatos de televisión al interior de la vivienda, y por lo general el consumo de programas de televisión se realiza en conjunto con la familia. De esta forma, y de acuerdo a los datos del Censo realizado en el año 2017, la población potencial del Fondo CNTV asciende a 5,6 millones de hogares. La población objetivo es la misma que la población potencial, porque todos los hogares del país están enfrentados al mismo problema de homogenización de la oferta televisiva y la baja oferta de programación cultural de carácter nacional.

De acuerdo a las mediciones de audiencia realizadas en el estudio People Meter¹¹, el número de hogares que han sido telespectadores de programas de televisión de técnica acción real (componente 1) financiados por el Fondo ascendió a 4,3 millones de hogares en el año 2015, disminuyendo fuertemente en los dos años siguientes (-43%), recuperando parcialmente la pérdida de audiencia en el año 2018, alcanzando los 3,5 millones de hogares. Uno de los factores que explica la disminución de los telespectadores es la menor oferta disponible, de programas CNTV en la televisión, al haber menos programas, menos hogares han visto programación de televisión de técnica de acción real.

2. Resultados de la Evaluación

▪ *Justificación del programa*

El problema que aborda el Fondo refiere a la *escasa oferta de programación¹² de alto nivel cultural¹³, de interés nacional, regional, local o comunitario; de contenido educativo;*

¹⁰ Refiere a contenidos limitados a pocos géneros televisivo

¹¹ Es un dispositivo electrónico que registra el encendido y apagado de la televisión. Así como la sintonía de canales y demás frecuencias que lleguen al televisor de cada uno de los miembros del hogar. El audímetro detecta: quiénes están viendo TV: edades, GSE, sexo, TV Pago o Abierta y combinaciones; qué se está viendo: parrilla completa de programas TV Abierta y totalidad de canales TV Pago; cuánto se está viendo: en tiempo de consumo, proporción y cantidades de individuos u hogares. La recolección de datos se hace en línea, minuto a minuto.

¹² La programación de contenidos televisivos, refiere a la disposición de la oferta programática diaria, la elabora cada canal, de manera autónoma.

¹³ Según el CNTV no existe una escala que mida el nivel del contenido cultural. Cuando el Consejo evalúa contenido cultural la respuesta es binaria –sí o no- y no se realiza mediante un instrumento que ordena a los programas jerárquicamente. No obstante, el panel asume que el alto contenido cultural de la programación se enmarca en programas que “ofrezca reconocimiento y expresión a la diversidad cultural de que está hecho lo nacional, represente la pluralidad ideológico-política promueva una información independiente, plural e incluyente de las diferentes situaciones regionales. Pues justamente por la fragmentación que introduce el mercado se hace necesaria una televisión que se dirija al conjunto de los ciudadanos de un país (...) [La televisión cultural], se asume a sí misma como un lugar decisivo en la construcción de los imaginarios sociales

que propendan a la difusión de los valores cívicos y democráticos, o que promuevan la diversidad en los contenidos televisivos y reflejen la conformación plural de la sociedad en la televisión abierta (televisión de libre recepción), ante lo cual el Estado asume la tarea de fomentar programas de televisión con estas características por su contribución a los principios establecidos en la Constitución y por la ausencia de producción similar desde el ámbito privado.

La oferta de programación cultural, según la Normas sobre la Transmisión de Programas Culturales¹⁴, representa un 6% de la programación total. En este sentido existe una baja presencia de programas que incluyan “valores que emanen de las identidades multiculturales existentes en el país, así como los relativos a la formación cívica de las personas, además de 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”. Sin perjuicio de lo anterior, hay que tener presente que, el Fondo CNTV debe resguardar contenidos no solo referidos a programas de alto nivel cultural (según la Norma), sino que también a todos los otros contenidos que se describen en el art. 12 b) de la Ley N°18.838. La evidencia indica que sólo 0,5% de la programación total de la TV abierta es subsidiada por el Estado con el Fondo CNTV (CNTV b. y CNTVc., 2018). Entonces, “la participación de estos programas en la parrilla general es baja.” (CNTV, 2017, pág. 10).

El problema que aborda el Fondo – CNTV, se origina en las siguientes dimensiones analíticas de la industria televisiva: i) propiedad de la industria televisiva abierta, en manos de grupos comerciales, siendo la mayoría de ellos extranjeros; ii) oferta de programación, homogénea en géneros y contenidos; iii) consumo de la programación concentrado en programas con lógica comercial, y ante la ausencia de otros contenidos se instala el refuerzo del hábito de consumo con base a la oferta programática existente, junto a la insatisfacción por la insuficiencia de contenidos de orden cultural; iv) inversión publicitaria determinante para orientar la parrilla televisiva; v) frágil situación financiera de la TV abierta, con limitada capacidad de riesgo o inversión en nuevos formatos.

En relación a los efectos que el problema genera, es posible señalar: (CNTV c. , 2018): i) contenidos limitados a pocos géneros televisivos. El público ve los programas del Fondo CNTV, y siente que no tiene influencia sobre la definición de la oferta televisiva¹⁵; ii) Insatisfacción de la audiencia: un 56% de los encuestados indican que están insatisfechos con la programación de la TV abierta, en especial por la poca variedad/se repiten los

y las identidades culturales dándose entonces como proyecto específico contribuir en el ejercicio cotidiano de una cultura democrática, y en el reconocimiento de la multiculturalidad del país y del mundo” (Martín-Barbero, 2000. Televisión pública, televisión cultural: entre la renovación y la invención) en (CNTV, 2014, pág. 2).

Por otro lado, según las Normas sobre la Transmisión de Programas Culturales, del Depto., de Fiscalización del CNTV, 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.

¹⁴ “Normas sobre la Transmisión de Programas Culturales” aprobadas por el H. Consejo Nacional de Televisión –modificadas por acuerdo de 14 de diciembre de 2015, del mismo órgano colegiado-, cuyo numeral 14 señala “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 período siguiente al fiscalizado”.

¹⁵ Reconocen que tienen mayor influencia de definir la parrilla programática, los avisadores (62%) y los propietarios de canales (65%). (CNTV b. , 2018)

programas (40%) (CNTV b. , 2018).; iii) Baja representación de actores sociales en pantalla, lo que genera inadecuada representación de diversidad social. La población considera que la televisión favorece a personajes con poder (famosos, políticos, gobierno y empresarios), mientras que perjudica a minorías y población vulnerable. (CNTV b. , 2018). iv) La demanda de contenidos culturales en la TV nacional no está cubierta. El 18% de la población insatisfecha, menciona como causa, la ausencia de los contenidos culturales, como aquellos que más le gustaría ver en pantalla (CNTV b. , 2018)¹⁶.; v). El 94% de la programación en la TV abierta no es cultural según la Norma de Transmisión Cultural. (CNTV a. , 2018).

Entonces, la ausencia de contenidos culturales, impide que la audiencia acceda a contenidos variados y de calidad, los cuales aportan a “la construcción de los imaginarios sociales y las identidades culturales, contribuyendo en el ejercicio cotidiano de una cultura democrática y en el reconocimiento de la multiculturalidad del país y del mundo” (Martín-Barbero, 2000). La ausencia de oferta de los programas financiados por el Fondo, niega a la ciudadanía el acceso a una programación variada, que aporte a la construcción de su identidad, de acuerdo a lo indicado en la Constitución de Chile.

La intervención del Estado se justifica por los siguientes motivos: i) Una falla de mercado (mercados no competitivos), donde el cálculo de los costos y beneficios para la producción de contenidos no es atractivo para los canales de TV abierta, dado que la producción televisiva cultural y/o de calidad se restringe a criterios comerciales. La dimensión cultural en los contenidos de la televisión abierta, constituye un bien público de alto impacto social, que se presenta en rivalidad con la televisión comercial, y que por tanto, requiere esfuerzos públicos para su producción y difusión. La falla de mercado aludida corresponde, a la establecida desde la oferta de servicios, en tanto la oferta televisiva actual, no es un reflejo de la disposición a pagar de los “clientes” de los canales. ii) El Estado es el garante de la expresión de la pluralidad de la sociedad, en la televisión, como lo determina la Ley N°18.838 art.12 b), situación que está pendiente en la actualidad. La TV abierta es uno de los mayores soportes de distribución de bienes culturales en el país y tiene un alto consumo, alcance y cobertura. iii) La población que no tiene medios para acceder a TV de pago u otras alternativas de acceso a contenidos, ve mermada su capacidad de disfrute de los bienes culturales televisivos. Esta población es, a la vez, la que más consume TV abierta, y por ende proveer de dichos contenidos pasa a ser de interés de la política pública. iv) La televisión abierta es un espacio público de/para los chilenos/as, allí se ejerce un rol social, ya que es la principal fuente de información, donde se vierten opiniones y se representa el acontecer nacional, se debaten los temas de mayor interés social, político y económico. Por ende, el Estado no puede estar ajeno a la construcción de dicho espacio público El consumo de televisión abierta sigue siendo dominante: 88,5% ve canales abiertos y 64,6% dice que es lo que más frecuentemente. v) La audiencia demanda que el Estado cumpla su rol en relación a este espacio público. La estrategia que desarrolla el programa es pertinente en tanto, no presenta brechas entre su diseño teórico y su implementación, logra el cumplimiento de sus objetivos, CNTV tiene trayectoria en la ejecución del mismo, y ha obtenido resultados positivos en su implementación.

- *Desempeño del programa*
 - ✓ *Eficacia*

¹⁶ Un alto porcentaje de la población manifiesta como expectativa frente a la televisión digital más programas culturales (60%), educativos (63%) y más pluralismo (34%). (CNTV b. , 2018)

El análisis de los indicadores relacionados con la producción y emisión de programas CNTV en la televisión abierta considera aquellos programas de TV que son estrenados durante el año y repeticiones de programas estrenados en años anteriores. En ambos casos no corresponden a los programas financiados en cada año, dado el rezago existente en la producción de éstos.

- El número de programas CNTV estrenados anualmente en la televisión fluctuó entre 13 y 18 programas en el período de evaluación, siendo el 2018 el año con menor número de estrenos. El Fondo CNTV no tiene una meta de producción. El número de programas de televisión que anualmente se financian y posteriormente se estrenan depende del presupuesto asignado y del costo de las producciones. Como el presupuesto se ha mantenido estable, las variaciones en el número de programas financiados y estrenados ha dependido del costo de los proyectos, el cual ha ido al alza en el tiempo, debido al aumento en los costos del personal y al cambio tecnológico de producción audiovisual HD (high definition) versus SD (standard definition), por otro lado, el aporte de terceros ha ido disminuyendo, debiendo el programa aportar una mayor proporción de recursos.
- El número de programas CNTV emitidos anualmente en la televisión fluctuó entre 45 y 85 programas, con una disminución significativa de 41% entre los años 2015 y 2018. La repetición de los programas depende de los canales de televisión que evalúan el interés de los contenidos en la audiencia y el éxito de los programas en sus emisiones anteriores.

La repetición de los programas CNTV es muy relevante para la oferta total de contenidos cultural en la televisión generados por el programa, ya que son tres veces más los programas repetidos que los estrenados en el período.

La oferta total de programas de alto nivel cultural Fondo CNTV, en el período de evaluación fueron 62 programas estrenados y 242 programas emitidos. La participación de la oferta de programas CNTV en el total de la oferta televisiva, es reducida, ya que, la oferta de programas de televisión financiados por el Fondo no llega a representar el 1% de la oferta televisiva total.

En relación a los telespectadores de los programas CNTV se tiene que:

- El número de hogares telespectadores de la oferta del programa ascendió a 4,7 millones de hogares en el año 2015, disminuyendo por debajo de los tres millones en los dos años siguientes, para después repuntar un 37% y finalizar el año 2018 con 3,7 millones de hogares viendo estos programas. La disminución de la audiencia de hogares fue de 22% en el período. La trayectoria de los telespectadores es la misma experimentada por la audiencia de hogares, partiendo en 5,6 millones de telespectadores en el año 2015 disminuyendo a 4,4 millones en el año 2018.
- La audiencia de hogares mirando los programas CNTV alcanzó una cobertura de 88% el año 2015, disminuyendo a 66% en el año 2018. Si bien existe un menor desempeño en la oferta del programa, lo anterior indica la valoración de la audiencia de la oferta del Fondo, dado que la disminución de los telespectadores fue menor que la disminución de la oferta de contenidos en el período.

En relación al logro del propósito, el Fondo CNTV es exitoso en el sentido de lograr su objetivo de poner en pantalla el contenido que financia, logrando altos niveles de audiencia y con buenos indicadores de calidad. Si embargo, la oferta que el programa pone a disposición de los telespectadores es muy limitada, son pocos programas, la

mayoría repeticiones, y representan un porcentaje mínimo de la oferta total de televisión. No es posible evaluar qué tan suficiente es esta oferta para el cumplimiento del propósito del programa, dado que el CNTV no plantea metas relativas a un nivel mínimo de oferta.

Los recursos disponibles anualmente por el Fondo CNTV permiten el financiamiento de un número limitado de programas, pero existe un número significativo de proyectos aprobados, que no obtienen financiamiento en cada concurso. El total de proyectos postulados en el período ascendió a 889, fluctuando entre 191 y 275 proyectos al año. Existe un interés alto de las productoras que demandan financiamiento para sus proyectos, en comparación a los proyectos efectivamente financiados, (74 en el período) siendo el 8% del total postulado.

En base a los antecedentes analizados, se puede concluir que el Fondo CNTV contribuye a través de la televisión, al acceso masivo y permanente a la cultura, a la preservación de la identidad y su pluralidad; al patrimonio y a los valores democráticos que sustentan nuestra sociedad, sin embargo, dada la escasa oferta financiada, el efecto final puede ser poco significativo.

La producción de los servicios se realiza mediante el financiamiento total o parcial del costo de producción de proyectos que postulan a los concursos anuales en las distintas líneas habilitadas.

Al analizar los resultados de producción de programas CNTV en el período analizado a nivel de componentes, se concluye que:

- El financiamiento de programas de acción real (componente 1) disminuyó 33%, el estreno en televisión de nuevos programas descendió un 23%, disminuyendo también, en un 42%, el número de programas emitidos. Consistentemente, también disminuye el número de horas anuales de emisión de esta programación cultural en un 58%. Disminuyen de manera significativa los indicadores de producción de programas de acción real impactando negativamente en el logro del propósito.
- El financiamiento de programas de animación (componente 2) aumentó 50% en el período, el estreno en televisión de nuevos programas de animación aumentó 200%, pero disminuyó el número de programas emitidos, en un 36%, como también el número de horas anuales de emisión en un 13%. Si bien se presentan indicadores positivos en la selección y financiamiento de programas de animación, al partir con un bajo nivel de producción el efecto global en la oferta no es significativo.

La distribución de los programas financiados en cada componente refleja la proporción de las postulaciones realizadas en cada uno durante el período, no existiendo una política explícita de dar mayor importancia a uno sobre otro.

✓ *Calidad*

Para medir la calidad o valoración de las audiencias a los programas CNTV se utilizan indicadores tradicionales de la industria televisiva: Afinidad, para medir la cercanía del contenido del programa con el target al cual estaba dirigido, y Fidelidad, para medir la permanencia de los telespectadores mirando los programas.

- La Afinidad promedio de los telespectadores de los programas CNTV emitidos por televisión supera el 100% durante todo el período, mostrando un buen posicionamiento de la oferta de programas en los target, principalmente en los hogares que no tienen televisión de pago.
- La Fidelidad promedio de los telespectadores de los programas CNTV emitidos fluctúa sobre el 30%, lo que si bien parece bajo en relación al 100% de duración de los programas, se mantiene en los estándares de la industria televisiva nacional, superándolo en los últimos 2 años.

La fidelidad de la audiencia de los programas emitidos de acción real (componente 1) se aprecia que ha sido de 32% en promedio en el período, con un máximo de 35% en el año 2017, y con una trayectoria positiva de 7%.

La fidelidad en los programas de animación (componente 2) emitidos en el período fue de 55% en promedio, con un máximo de 58% en el año 2017, pero con una trayectoria negativa de -14%. La fidelidad es mayor para este tipo de programas, ya que tiene un target más específico, dirigido al público infantil, y por lo tanto el contenido es más pertinente a este grupo de audiencia.

La calidad de los programas CNTV también se puede evaluar mediante la obtención de premios otorgados por la industria televisiva, donde se destaca que 21 programas de televisión financiados por el fondo obtuvieron 44 premios en el período analizado.

✓ *Economía*

El programa Fondo CNTV tiene una asignación presupuestaria específica, a la que se suma financiamiento del CNTV para soporte administrativo. El monto de las asignaciones presupuestarias se mantuvo casi sin variación entre los años 2015 y 2018, en torno a los 4,7 mil millones de pesos (\$2019), experimentando el presupuesto solamente un aumento de 2%. Debido al ajuste presupuestario definido por el gobierno, el financiamiento disponible para el año 2019 disminuye significativamente a 3,4 mil millones de pesos (-27%). Esta disminución del presupuesto afectará directamente en el número de programas de televisión de alto nivel cultural que serán financiados en el año 2019 y proyectados en los años siguientes.

La ejecución presupuestaria del programa Fondo CNTV se acerca al 100% en todos los años. La modalidad de administración de los fondos y de transferencia de los recursos a los beneficiarios de los proyectos, a través de un administrador financiero, determina este equilibrio entre presupuesto y gasto devengado. La transferencia de recursos se realiza en cuotas contra presentación de evidencia del gasto y de acuerdo a lo aprobado en las postulaciones. Los recursos del Fondo CNTV son traspasados anualmente a una entidad bancaria para su administración, quien de acuerdo a las indicaciones del Fondo, emite los pagos a las productoras.

El aporte de terceros es muy importante para el programa como financiamiento complementario del costo de producción de los programas de TV, siendo aportes en recursos monetarios y no monetarios. En el global del período los aportes han provenido en un 34% por parte del adjudicatario del proyecto, un 36% de terceros inversionistas, y un 30% desde los canales de televisión, que posteriormente emiten los programas producidos. A juicio del panel, dicho aporte permite co-producir los programas, permitiendo destinar recursos a más propuestas de financiamiento.

El aporte de terceros ascendió en total a 11,1 mil millones de pesos, representando un 58% adicional al financiamiento entregado por el Fondo CNTV en el período 2013 – 2018. Estos aportes tuvieron un incremento relevante el año 2016, donde llegaron a los 3,6 mil millones de pesos, decreciendo en el último año 2018 a 1,3 mil millones de pesos, año en que sólo representó el 29% del aporte del Fondo CNTV. En los últimos años, esta disminución se explica por el menor aporte del adjudicatario, pero principalmente de terceros inversionistas.

El Fondo CNTV no tiene una política de recuperación de gastos, y no es uno de los objetivos del programa.

✓ *Eficiencia*

La participación del financiamiento del programa en relación al costo de producción de los proyectos parte en el año 2015 con un 61% de participación, para terminar en el año 2018 con el 75% de participación en el financiamiento de los programas, lo que significa un aumento de 22% en el período.

Además de los aportes para el financiamiento de la producción, los programas reciben un aporte de los canales de televisión para la promoción y difusión de los programas, cifra que ascendió a MM\$ 12.757 (\$2019) en el período, superando los aportes para el financiamiento de la producción, evidenciando la importancia que tiene esta etapa en la cadena de valor de las producciones audiovisuales. El aporte en promoción y difusión cayó significativamente en el período (-43%).

Al comparar el número de hogares que visualizan los programas del Fondo CNTV emitidos durante el año, se estima un costo de \$3.824 pesos por hogar el año 2015, disminuyendo a \$2.713 (\$2019) pesos por hogar el año 2018, un 29% menos. Sin embargo, este indicador está afectado por las repeticiones de programas, cuyo financiamiento se ha realizado incluso hasta 10 años antes. Las repeticiones generan un efecto positivo en la oferta programática y también en el costo CNTV por hogar telespectador. El valor señalado por hogar/programa es menor que una entrada al cine en multisalas, desde dicha perspectiva se valora la relación de manera eficiente.

▪ *Implementación del programa*

La estrategia que desarrolla el programa se orienta a poner a disposición de los hogares contenidos audiovisuales culturales de interés nacional para diversificar la pantalla, mediante el fomento de programas de TV, a través de la realización de un fondo concursable dirigido a productoras.

El Fondo CNTV tiene definidos los procesos para la producción de los servicios de financiamiento y desarrollo de oferta de programas de televisión, definiendo apropiadamente las etapas, productos, plazos y responsables de cada etapa.

El programa cuenta con un adecuado sistema de asignación y transferencia de recursos, así como de revisión y seguimiento de las rendiciones de cuentas de los adjudicatarios de los proyectos. El Fondo, si bien no tiene una política de aportes obligatorios de terceros en el financiamiento de los proyectos, las productoras y los canales de televisión han contribuido significativamente con el financiamiento de los costos de producción y de la posterior difusión de los programas, compartiendo el riesgo financiero y comercial con los beneficiarios.

Para realizar el seguimiento de sus programas emitidos en los canales de televisión, el CNTV cuenta con mediciones de audiencias mediante metodologías e indicadores utilizados por la industria, lo que le permite realizar comparaciones con estos estándares.

El Fondo CNTV es exitoso al lograr su objetivo de poner en pantalla el contenido que financia, ya que de esa manera logra llegar a sus beneficiarios, la audiencia. El Fondo asegura la emisión de los programas mediante la exigencia de compromisos por parte de los canales de televisión de emitirlos en los horarios establecidos en las bases del concurso. El aplazamiento de este compromiso requiere autorización expresa del H. Consejo CNTV, y los contratos establecen multas en caso de incumplimiento. De acuerdo a lo indicado por el programa, no se han producido situaciones de no emisión de los programas financiados.

El Fondo se organiza adecuadamente con las funciones requeridas para sus procesos, contando con recursos humanos con los perfiles profesionales adecuados a estas tareas. El programa cuenta con un sistema de seguimiento financiero de los proyectos y de resultados de las emisiones de sus programas, pero adolece de no contar con indicadores de la industria audiovisual que permitan dar contexto a sus acciones y potencialmente apalancar la gestión institucional con otros actores del sector.

▪ *Desempeño Global*

- **En relación al diseño del programa:** El Fondo CNTV responde a la exigencia de proveer programación de alto nivel cultural, de interés nacional, regional, local o comunitario; de contenido educativo; que propendan a la difusión de los valores cívicos y democráticos, o que promuevan la diversidad en los contenidos televisivos y reflejen la conformación plural de la sociedad en la televisión abierta, a través de financiar o subsidiar la producción, los costos de transmisión o la difusión (Ley N°18838, 1989).

Dicho mandato, corresponde con el problema detectado, acerca de la escasa oferta programática, según las características antes enunciadas (art 12.b) en los canales de televisión, principal medio de difusión masivo. Este déficit se origina en la modalidad de funcionamiento de la televisión abierta, basada en financiamiento publicitario, donde los canales no invierten en los contenidos no rentables y requeridos por la política pública.

El Fondo CNTV financia programas de acción real y animación, a productoras y canales de televisión que propongan programas cuyos contenidos se ajusten a la línea editorial mencionada, aportando a la resolución del problema detectado en el diagnóstico, mediante una estrategia coherente al respecto. En este marco, la función del Fondo es relevante dado que es el único recurso público existente destinado a financiar este tipo de programas.

El Fondo no aborda la difusión de los programas financiados (ámbito de actuación indicado en la ley N°18.838, art 12), lo que ha sido resuelto por la difusión que realizan los canales de televisión, que buscan asegurar la audiencia de cada programa desde una perspectiva comercial. Sin embargo, la oferta programática en su conjunto producida por el CNTV no cuenta con una estrategia de difusión y posicionamiento, que pudiera extender las audiencias y los beneficios de exposición de sus contenidos.

- **En relación a la implementación del programa:** El Fondo no presenta brechas entre su diseño teórico y su implementación. No se aplican criterios de focalización,

generando una oferta disponible para todos los hogares de Chile. Asimismo, de acuerdo a especificaciones establecidas en la glosa presupuestaria, el programa destina parte de su presupuesto preferentemente a proyectos regionales.

En el uso de las atribuciones institucionales, el CNTV gestiona el presupuesto del Fondo mediante entidad financiera externa que administra los recursos, financiando este costo con los intereses generados en la misma administración.

El modelo de gestión es adecuado, el CNTV tiene trayectoria en la ejecución del mismo, y ha obtenido resultados positivos en su implementación.

- ***En relación a los costos de proveer el/los bienes y/o servicios del programa:***

El costo de producción de series de televisión depende de las funciones de producción de la industria televisiva, que ha experimentado cambios tecnológicos determinados por la transición a la “alta definición”, provocando aumentos en las estructuras de costos de las producciones.

Por otro lado, ha disminuido el financiamiento de las producciones financiadas por el Fondo en el período de evaluación, en parte se ha debido al menor aporte de los canales de televisión, lo que ha sido compensado parcialmente por un mayor aporte del CNTV en el financiamiento de los programas. El menor financiamiento ha provocado que los proyectos se realicen a un menor costo.

Si bien los presupuestos de los programas se valorizan a precio de mercado, no se cuenta con análisis de costos en la industria televisiva como para establecer el óptimo entre costo/calidad, de acuerdo a la realidad nacional.

- ***En relación a los resultados del programa, cabe destacar que:*** Los programas financiados por el Fondo son valorados como de alta calidad en encuestas realizadas en diversos años, los indicadores de audiencia de esta programación televisiva son destacables a nivel de la industria y diversos programas CNTV han sido premiados en el sector audiovisual.

La presencia de programas de CNTV en la televisión abierta ha decaído en el período de evaluación, disminuyendo los estrenos y las emisiones de programas antiguos, lo que ha tenido un impacto directo sobre la caída de las audiencias de contenidos culturales.

La disminución de la oferta cultural no ha afectado al cumplimiento del propósito, en tanto éste carece de un nivel óptimo a alcanzar. Lo anterior se debe a la falta de una definición política/institucional al respecto. Sin embargo, la disminución de la oferta Fondo CNTV, afecta la disponibilidad, variedad y diversidad de contenidos.

Finalmente, la disminución de la oferta, no refiere a la incapacidad creativa de la industria. De hecho, las productoras presentan doce veces más proyectos a los concursos que los que el fondo financia, quedando 442 proyectos admisibles sin financiamiento en el período 2015-2018, por lo que existe disponibilidad de contenidos en el sector audiovisual televisivo, para generar una oferta de programación cultural.

- **Consideraciones:**

El Fondo CNTV, está mandatado por Ley, por consiguiente su ámbito de acción y gestión es limitado. Temáticas vinculadas a la industria televisiva abierta, en sentido amplio, escapan a su acción (por ejemplo la determinación de la Franja Cultural); por otro lado se carece de una política pública sobre el ámbito audiovisual televisivo, que permita funcionar como eje orientador en la operación del programa.

3. RECOMENDACIONES

Diseño

Se recomienda realizar un análisis prospectivo en relación a las plataformas y pantallas alternativas y/o complementarias a los canales de televisión, disponibles actualmente o a futuro, vinculadas al logro del programa. En base a este análisis, establecer la importancia actual de la televisión como pantalla de difusión de contenidos, en relación al auge de las otras plataformas.

Se recomienda generar instancias de coordinación institucional con los otros programas de la industria audiovisual para optimizar la difusión de los contenidos audiovisuales nacionales mediante la creación de plataformas únicas (ONDAMEDIA, WEBCNTV).

Costos de producción

Se sugiere contar con estudios de estructura de costos de la industria audiovisual televisiva, y específicamente de la producción de series de televisión, con el objetivo de establecer un producto costo/calidad y un modelo de actualización de estos costos.

Es necesario prospectar y realizar una evaluación de la factibilidad económica de incluir dentro de las acciones del Fondo el financiamiento de la promoción y difusión de los programas que financian.

Se recomienda hacer seguimiento a las rentabilidades generadas por los proyectos de la industria televisiva, productoras y canales, con el objetivo de estimar el aporte que hace el CNTV a la industria y los modelos de negocios involucrados.

Políticas públicas

Si bien las recomendaciones que se realizan en este apartado no son de resorte del programa, el Panel considera relevante su inclusión a fin de abarcar de manera más amplia el tratamiento del problema público detectado.

Se debe analizar y definir una política audiovisual para la televisión, así como para la participación más amplia en pantalla de los programas financiados por el Fondo CNTV, para producir los efectos esperados en la audiencia.

Se requiere una definición institucional acerca del rol que potencialmente puede cumplir el futuro canal cultural para el logro de los objetivos institucionales y del Fondo CNTV.

Se requiere definir estrategias institucionales e innovar en modelos de negocios en conjunto con los demás actores de la industria, para enfrentar los desafíos actuales del sector (crisis de la televisión, nuevas plataformas, etc.).

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



OF. N° 1702 / 78

ANT: ORD. N°1327 del 26 de junio de 2019 de la Dirección de Presupuestos DIPRES y ORD. N°1293 del 13 de Agosto 2019 del Consejo Nacional de Televisión CNTV.

MAT: Remite respuesta institucional del Informe Final de Evaluación de Programas Gubernamentales - Proceso 2019.

SANTIAGO, 02 de Septiembre 2019

DE: **SRA. CECILIA PÉREZ JARA**
MINISTRA SECRETARÍA GENERAL DE GOBIERNO

A : **SR. RODRIGO CERDA NORAMBUENA**
DIRECTOR DE PRESUPUESTOS

Por medio del presente y conforme a lo indicado mediante los oficios del antecedente, expongo a usted lo siguiente:

La televisión es el medio de comunicación más masivo en la actualidad, esto incluso con la entrada de nuevas plataformas que permiten acceder a contenidos por otras vías. Concede acceso universal y gratuito a todos los sectores del país y permite reflejar la diversidad de nuestra sociedad. Asimismo, la televisión aporta a la construcción de los imaginarios sociales y las identidades culturales, contribuyendo en el ejercicio cotidiano de una cultura democrática y en el reconocimiento de la multiculturalidad del país y del mundo.

En este sentido, es deber del Estado potenciar la creación de contenidos culturales, de interés nacional, regional, local y comunitario distintos a los que actualmente emanan de la industria televisiva, la cual está supeditada a lógicas comerciales ligadas al financiamiento a través de la publicidad. En efecto, si no hay una oferta diferente, los espectadores tampoco tendrán otras opciones, sobre todo aquellos que se encuentran en los sectores medios y bajos cuyo acceso a la cultura es a través de la televisión.

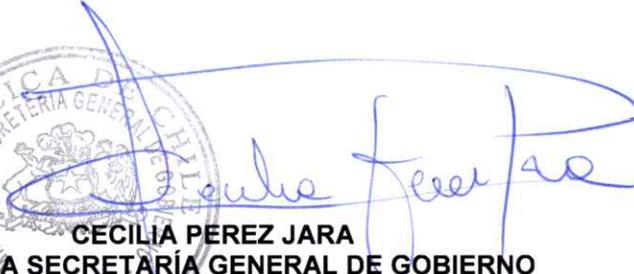
Es por esto que valoramos la evaluación realizada por parte de la Dirección de Presupuesto "DIPRES", agradecemos el profundo trabajo realizado y tomaremos en consideración las recomendaciones realizadas en los informes. Si bien tenemos diferencias en algunas cifras menores que fueron informadas en su oportunidad, estimamos que éstas no afectan el resultado de la evaluación. Asimismo, debemos señalar que la diferenciación entre componentes de acción real y animación fue meramente operativa, ya que para la institución continúan siendo los programas premiados sin diferenciación de técnica.

Es muy importante para el Consejo Nacional de Televisión CNTV que el informe de la Dirección de Presupuestos, destaque que el acceso universal a la televisión exija al Estado proteger los contenidos que se entregan a través de ésta, dado que es un bien nacional de uso público que debe propender a salvaguardar el pluralismo, difundir programas que contribuyan a la cohesión social, contribuir a la representación de la diversidad social, enriquecer las vidas de las personas a través de la preservación y la promoción de la cultura y herencia nacionales.

Así, se satisfacen las necesidades de una sociedad crecientemente multicultural, con contenidos de altos estándares de calidad, cubriendo una multiplicidad de géneros que no están suficientemente representados y se resguarda el que se trate a los espectadores como ciudadanos, no como meras audiencias, ya que éstos constituyen un público y no un mercado. Creemos que el detallado análisis realizado, logró identificar todos estos aspectos, lo que contribuye enormemente a la gestión del CNTV.

Esperamos mejorar cada vez más en la gestión para lograr nuestro propósito, ya sea en cuanto al Ministerio Secretaría General de Gobierno, como a través del Consejo Nacional de Televisión.

Saluda atentamente a Usted,



CECILIA PEREZ JARA
MINISTRA SECRETARÍA GENERAL DE GOBIERNO


CPJ/RBV/CTG

Cc:

Sra. Catalina Parot Donoso. – Presidenta del Consejo Nacional de Televisión

Sr. César Toro Garrido - Jefe Unidad Planificación y Control de Gestión, Subsecretaría General de Gobierno.
Central Documentación

