

**Estado e industrias culturales:**  
**La TV chilena y el Fondo de Fomento a la Calidad del Consejo**  
**Nacional de Televisión**



Soledad Camponovo Ll.

Leiden, noviembre de 2011

## **Estado e industrias culturales: La TV chilena y el Fondo de Fomento a la Calidad del Consejo Nacional de Televisión**

*No ocuparse hoy de las industrias culturales es como si hace un siglo los políticos se hubieran negado a legislar sobre los ferrocarriles y a promoverlos, como si hace 50 años no se hubieran ocupado de los coches y el transporte público, o 30 años atrás de los electrodomésticos y las fuentes de energía. Las industrias culturales son recursos igualmente estratégicos para el enriquecimiento de las naciones, la comunicación y participación de sus ciudadanos y consumidores.*

**Néstor García Canclini**

### **Introducción**

“En promedio las personas ven tres horas de televisión al día. En tal sentido podemos afirmar que la televisión se ha convertido en el principal consumo simbólico de las personas en su tiempo libre. Por tanto, es un asunto que nos interesa como ámbito de acción pública”, declaraba la exministra de Cultura de Chile Paulina Urrutia (2007: 9).

En este trabajo se analizará el Fondo de Fomento a la Calidad de Televisión que otorga desde 1993 el Estado chileno a través de su Consejo Nacional de Televisión (CNTV), un organismo autónomo que tiene como función velar por el “correcto funcionamiento”<sup>1</sup> de los servicios de televisión en este país.

Este Fondo, al que se llamará también Fondo-CNTV, es en la actualidad el subsidio estatal más importante que recibe la televisión chilena. Tiene dos objetivos principales: mejorar la calidad de la TV e impulsar la industria audiovisual. A diferencia de lo que ocurre en la mayoría de los países latinoamericanos, en Chile incluso el canal estatal debe autofinanciarse, a partir de las reestructuraciones que se hicieron en su modelo de televisión entre fines de los 80 y principios de los 90.

Para responder a la pregunta: ¿En qué medida es necesario el Fondo-CNTV para fomentar la industria audiovisual en Chile y mejorar la calidad de la televisión en este país?

---

<sup>1</sup> El CNTV cumple este objetivo a través de sus diversas funciones y atribuciones, entre otras las de control y de fiscalización de contenidos; de promoción de programas de especial valor; de fomentar estudios sobre la televisión, sus contenidos y efectos; y de otorgar, renovar, modificar y declarar el término de las concesiones de servicios de televisión de libre recepción.

primero se revisará los conceptos de industrias culturales y su relación con el Estado, y el de televisión de calidad. Después se analizará el rol que ha ejercido el Estado en la televisión en Chile desde la década de 1950 hasta hoy. Luego se examinará el caso específico del Fondo-CNTV y su evolución en sus casi 20 años de existencia. Finalmente, serán presentadas las principales conclusiones e implicancias de esta política pública en el fomento y calidad de la industria audiovisual chilena.

### **El Estado, las industrias culturales y la televisión de calidad**

Las películas de Steven Spielberg, las series de HBO, los discos de Lady Gaga o los conciertos de Justin Bieber pertenecen a las industrias culturales. Éstas abarcan campos tan variados como la industria del cine, la música, las artes de la representación y también de la televisión. Ésta última es el foco de estudio de este trabajo.

El concepto de industrias culturales surge en la década de 1950, cuando un grupo de intelectuales de la Escuela de Frankfurt da este nombre a la serie de fenómenos — estandarización, serialización, división del trabajo y consumo masivo, entre otros— que resultan inherentes a las empresas que llevan a cabo actividades productivas y comerciales de bienes y servicios relacionados con la cultura (Garnham 1987, Rodríguez 2001). Debido a sus características, según Fuenzalida, la producción televisiva es posible entenderla bajo este concepto, opuesto al de la creación individual y artesanal (2007: 94).

Para García Canclini las industrias culturales constituyen un eje fundamental para el desarrollo social de un país. Según el autor, es imprescindible que el Estado se involucre en esta materia. La razón principal es que “las industrias culturales han pasado a ser predominantes en la formación de la esfera pública y de la ciudadanía, como lugares de información, sensibilización a las cuestiones de interés común y deliberación entre sectores sociales” (2001). Por este motivo, los Estados deben asegurarse de proteger legalmente o auspiciar económicamente programas de producción y distribución que ayuden a existir a comunidades y grupos identitarios menos poderosos, más innovadores o representativos de minorías. Como veremos más adelante, es precisamente lo que intenta el Fondo-CNTV.

Otra razón argumentada por García Canclini para que los Estados legislen sobre industrias culturales es que éstas tienen hoy un lugar prominente y estratégico en el

desarrollo económico. “Cuando hablamos de cultura, no estamos refiriéndonos ya a una cuestión bohemia o suntuaria, algo para el tiempo libre o los fines de semana, sino ocupándonos de movimientos de amplia escala en la economía mundial”, explica (2001).

Sin embargo, de los fondos que recaudan estas industrias sólo un 5% queda en los países iberoamericanos. Esto se debe a la baja inversión de sus gobiernos en ciencia, tecnología y producción industrial de cultura, lo que condiciona una baja competitividad global y una difusión restringida. A pesar de que los países hispanoparlantes cuentan con ventajas comparativas: el conjunto de los mercados culturales latinoamericanos, español y latino de Estados Unidos suma unos 550 millones de lectores-espectadores-internautas. Por lo que “es indispensable para el fomento de estas industrias una legislación que articule medidas nacionales con acuerdos supranacionales, creando fondos para producir industrias de cultura a escala latinoamericana o iberoamericana”, afirma García Canclini (2001). Como se verá más adelante, en los últimos años el Fondo-CNTV ha procurado seguir esta línea, instaurando una categoría exclusiva para coproducciones entre productoras chilenas e internacionales.

Además, de acuerdo al mismo autor, importa legislar porque la mercantilización absorbente de las industrias culturales deja desprotegidos a los creadores y consumidores de cultura. Por un lado, se debe apoyar en cada país la propia producción cultural, ya que avalar la creación, creer en ella, arriesgarse, invertir en algo nuevo y único sin estar pensando en las utilidades, es uno de los mayores riesgos de las industrias culturales. Rodríguez (2001) lleva este planteamiento a un país como Chile, en el cual estas empresas son mucho más débiles e incipientes que en otras regiones del mundo, planteando que el peligro de que la creación se reduzca considerablemente es un hecho real que debe ser considerado cuando se analiza este tema. Bajo esta perspectiva, es interesante analizar el caso de la TV chilena, donde todos los canales —incluso el estatal— deben autofinanciarse. Por otro lado, se necesita formar consumidores de cultura creativos: al disminuir la responsabilidad del Estado por el destino público y la accesibilidad de los productos culturales, se agrava la brecha entre “los informados” y “los entretenidos” (García Canclini 2001).

Las razones que expone García Canclini sobre el por qué los Estados deben involucrarse en las industrias culturales se relacionan en buena medida con lo que se estima debe ser una industria televisiva de calidad.

Aunque el concepto de calidad en la TV es dispar, diversos autores se inclinan a definirlo a partir de la oferta diversificada, ya que este término tiene la ventaja de no ser subjetivo (Mazziotti 2005, Richeri y Lasagni 2006). Blumler (1992) distingue tres dimensiones en las cuales se asienta esta idea. La primera es la diversidad sustancial, que se refiere a una programación que represente pluralidad de opiniones, o que permita tener visibilidad y expresión televisiva a grupos diferentes, teniendo en cuenta su importancia dentro de la esfera pública, como se señalaba en párrafos anteriores. Las variadas pertenencias culturales se expresan en la diversidad de estéticas, percepciones, preferencias por los colores, por las tonalidades, por los ritmos y movimientos de cámara que deben estar presentes. La segunda dimensión de Blumler es la diversidad en los tipos de programas, que se refiere no sólo a la diversidad de géneros, sino a evitar el calco, práctica a la que la televisión comercial recurre en exceso en aras del rating. También alude a romper con la excesiva repetición y estandarización, a buscar la innovación y evitar la cristalización o congelación de un formato, es decir, fomentar la originalidad. La tercera dimensión es la diversidad estilística, que procura el máximo desarrollo en la capacidad de generar estilos propios de cada grupo de programas. Se trata de jugar con la capacidad de estiramiento y tensión de los géneros, otorgarles un look particular y característico y que se muevan entre lo que resulta reconocible y a la vez sorprendente.

Subercaseaux (2001), por su parte, plantea que la institucionalidad estatal y las políticas culturales constituyen sólo un segmento de un campo más amplio, que son las industrias culturales en su totalidad. Sin embargo, se trata de una fracción importante en la medida que las orientaciones que allí predominan pueden incidir de modo significativo, alentando o generando dinámicas, en el resto de la industria, como podrían hacer los programas subvencionados por el Fondo-CNTV.

En la siguiente sección se verá el caso de la televisión chilena y el rol que el Estado ha jugado en ella. Después se analizará los fondos concursables del CNTV y su injerencia en el mejoramiento de la calidad de la televisión y el fomento de la industria audiovisual en este país.

## **La televisión chilena y el Estado: hacia una “televisión de mercado”**

“Aquí comienzan las transmisiones de UCV Televisión, cadena televisiva experimental de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. Disfrute de nuestra compañía”. Así se iniciaba la historia de la televisión inalámbrica en Chile, el 5 de octubre de 1957. El evento televisó al Presidente de la República Carlos Ibáñez del Campo inaugurando el nuevo pabellón de laboratorios científicos y salas de clases de esta casa de estudios.

Casi dos años después, el 21 de agosto de 1959, otra entidad universitaria, la Universidad Católica de Chile, empezó sus transmisiones oficiales públicas y periódicas en circuito abierto de televisión. Al día siguiente, la Universidad Católica de Valparaíso inició su programación regular. En 1960 se sumó la Universidad de Chile. Todas estas iniciativas fueron producto de las investigaciones que llevaban a cabo desde principios de la década de 1950 las escuelas de ingeniería de estas instituciones.

En otros países latinoamericanos las experimentaciones y transmisiones televisivas habían comenzado antes. En México, por ejemplo, se realizaron experimentos a partir de 1934 y la puesta en funcionamiento de la primera estación de TV fue en 1946.

La televisión tardó en llegar a Chile debido a la ausencia de una ley orgánica de comunicaciones y los elevados aranceles que no estimulaban la importación de equipos. En 1958, la aprobación del reglamento de radiodifusión pareció resolver el vacío legal, pero un recién asumido Presidente Jorge Alessandri bloqueó sistemáticamente los intentos para regular la TV en el país. Él pensaba que este medio era innecesario y que significaba sólo mayores gastos: “Somos un país pobre. La televisión es un derroche de ricos, una válvula de escape de las divisas”, declaraba en 1961 el mandatario (Hurtado 1989: 23-24).

Finalmente, por amplio consenso se entrega el manejo de la televisión a las universidades. Así se crean los primeros canales antes mencionados. Con esta decisión se pretende establecer una televisión educativa, cultural, con “entretención sana”. Alessandri se opuso frontalmente a la TV privada, básicamente porque estuvo de acuerdo con el argumento de que este medio en manos de privados no garantizaba su independencia y la posibilidad de aportar al desarrollo social y cultural del país (Altamirano 2005: 339-340).

Brunner (2007) explica que la televisión se concibe en su origen exclusivamente como cultura pública. Nace por eso del Estado. Se la controla estrechamente y define como

un instrumento de servicio de la ilustración. La televisión pública europea, con la BBC en la cúspide de la pirámide cultural, representa el paradigma de esa ilusión. Pero ésta no demoró en desmoronarse. La televisión —a semejanza de lo que había ocurrido desde el comienzo en Estados Unidos— pronto se privatizó y transformó en empresa industrial. Se abrió al mercado hasta convertirse en el principal medio de masas.

El Mundial de Fútbol que se realiza en Chile en 1962 inaugura la masividad y profesionalización de la TV en el país. Antes de este evento la televisión local transmitía en un horario reducido, tenía una programación tentativa y frecuentemente improvisada. No emitía publicidad, acatando lo dispuesto por ley. Sin embargo, rápidamente se vio forzada a introducirla como un mecanismo de financiamiento, ya que ni las universidades ni el Estado estaban en condiciones de subvencionarla. Por esta razón, se autoriza, con restricciones, la venta de anuncios. De este modo, surge un modelo mixto de televisión: por un lado, de vocación pública, basado en la TV europea; por otro, de carácter comercial, basado en la TV estadounidense.

En 1969, finalizando el gobierno de Eduardo Frei Montalva, es fundada Televisión Nacional de Chile (TVN). Con la Ley de Televisión de 1970 —instancia en que también se crea el CNTV— se le da reconocimiento legal, ya que la Ley de 1958 no contemplaba un operador estatal. Así, se formaliza un sistema bipartito: sólo el Estado y las universidades podían poseer y administrar concesiones televisivas.

Como se ve, en sus primeros decenios la televisión chilena fue confiada a entidades públicas o académicas en virtud de su inmenso poder de influencia. Esta opción fue cambiando progresivamente: se fue abriendo al sector privado e introduciendo la competencia por un financiamiento no subsidiado (Consejo de la Cultura y las Artes 2005).

En Chile no hubo una TV estrictamente privada con fines de lucro sino hasta 1989, cuando en las postrimerías del régimen militar, debido a las modificaciones legales que se realizaron, se permite el ingreso de particulares en las concesiones y propiedad de las frecuencias de televisión. Así, se vendió la cadena pública 9, que se convirtió en la red nacional privada Megavisión, actual Mega.

Ya en democracia, el gobierno de Patricio Aylwin realiza una serie de cambios. 1992 fue un año de grandes transformaciones en materia de televisión en el país. Una de los principales variaciones fue que TVN se reformó para constituirse en un medio plural e

independiente del gobierno, un marcado contraste con el rol jugado anteriormente, cuando fue usada como un instrumento de propaganda (Huneus 2007: 465). A partir de entonces, su directorio es designado, en gran parte, consensualmente entre el Ejecutivo y el Senado, respetando un balance político entre oficialismo y oposición. Además, esta reforma obligó a TVN a la autonomía financiera. Según la filosofía del nuevo estatuto el autofinanciamiento y la competitividad de la empresa constituyen el fundamento material para su independencia política, y posibilitan el pluralismo ideológico-cultural en favor de los intereses nacionales; asimismo, impulsan la modernización hacia una administración profesional y tecnificada (Fuenzalida 1998).

Según Rey, la profundización del proceso de privatización de la televisión ha corrido paralelo al de su industrialización. Al mismo tiempo, la competencia ha aumentado drásticamente: El crecimiento de las modalidades de televisión —la satelital, por cable y el aumento de las televisiones abiertas— ha tenido influencia en la repartición de la torta publicitaria, la racionalización de la producción, el replanteamiento de los costos y los planes de comercialización de los productos (2005: 92). “Esta onda neoliberal apuesta por canales de televisión pública autofinanciados y menos dependientes de los presupuestos oficiales, lo cual lleva a que dichas estaciones compitan en seducción con las estaciones comerciales”, sostiene Rincón (2005: 25).

Actualmente, en Chile existen siete canales de televisión abierta: públicos, universitarios y mayoritariamente privados. El Fondo de Fomento a la Calidad del CNTV es el principal financiamiento que otorga el Estado a este medio de comunicación en el país, caso que se analizará a continuación.

### **El Fondo de Fomento a la Calidad del CNTV, 1992-2011**

“La producción de televisión es tremendamente cara, tal como el cine. Por lo tanto, los programas de calidad requieren de una enorme cantidad de dinero para ponerse al aire. Y ese dinero es escaso, por lo que se destina más bien a aquellos programas que prometen un mejor rendimiento en términos de avisaje publicitario [...] Hacer buena televisión es, además, mucho más caro que hacer mala televisión”, dice Tironi (2007: 132).

Dentro de los grandes cambios que se hicieron en políticas públicas relativas a televisión en 1992, el Estado chileno instauró fondos de fomento a la producción televisiva



de calidad (el Fondo de Fomento a la Calidad), que a partir del año siguiente empezó a otorgarse por medio de un también renovado CNTV<sup>2</sup>. El objetivo de este Fondo desde sus inicios fue fortalecer la creación de programas de interés para la audiencia pero que por sus altos costos, el mercado no siempre logra financiar, según argumenta el Consejo (CNTV 2011b).

Estos recursos son asignados mediante concursos públicos en el que pueden participar concesionarias de libre recepción y productores independientes del país, hecho de particular importancia para la industria audiovisual chilena, ya que en los últimos años, debido a los altos costos de producción, los canales han tratado de solucionar “todo *indoor*, como un régimen autárquico” (Moreno 2007: 137), con poca producción independiente.

El monto del Fondo es determinado anualmente por la Ley de Presupuesto. En su primera versión, en 1993, el Fondo-CNTV entregó 35 millones de pesos para financiar cinco proyectos. Esta suma ha crecido durante sus 19 años de existencia, llegando a adjudicar en 2011 la cantidad de 4.293 millones de pesos para 25 proyectos, de una suma de 256 presentados. En total, el Fondo ha entregado más de 19.000 millones de pesos —38 millones de dólares— para financiar completa o parcialmente 259 proyectos televisivos.

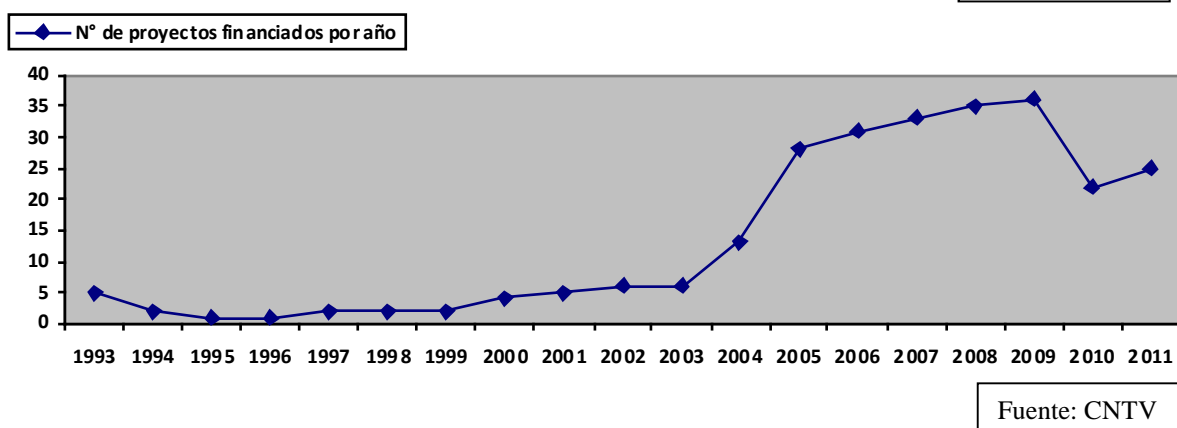
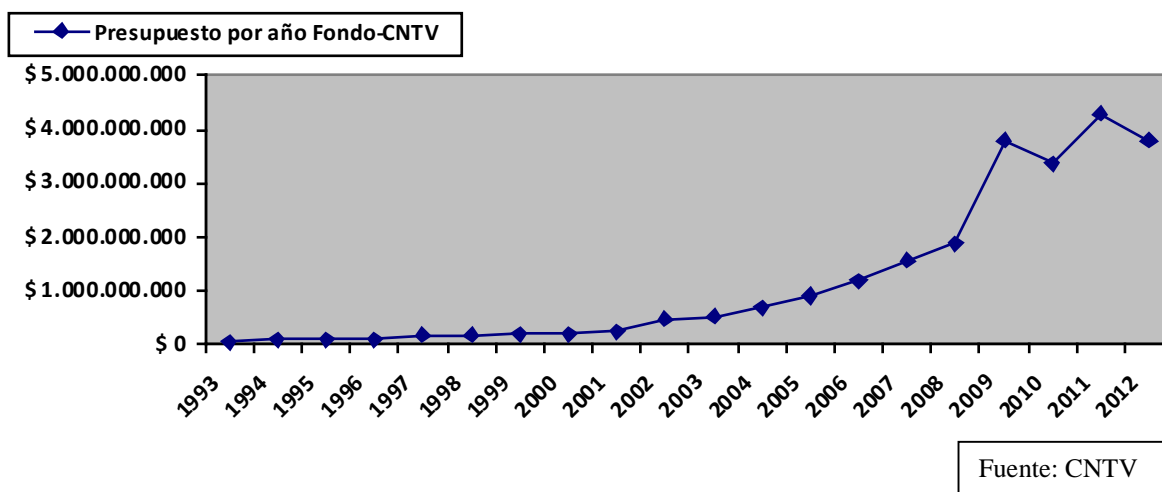
A pesar del aumento sostenido del presupuesto para el Fondo, es en 2009 cuando experimenta un alza excepcional y se duplica: de 1.800 millones de pesos en 2008 a 3.700 millones de pesos. De la mano del incremento del presupuesto ha ido la cantidad de programas beneficiados: el Fondo pasó de subvencionar entre uno y dos proyectos por año entre 1994 y 1999, a auspiciar 13 programas en 2004 y más del doble el año siguiente, cifra que desde entonces no ha bajado de los 22 proyectos ganadores cada año. Este incremento en el presupuesto y en el número de proyectos financiados coincide con los acentos que puso el Estado para mejorar la calidad de los medios de comunicación en sus definiciones de política cultural 2005-2010 (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes 2005).

Con excepción de 2010, cuando el presupuesto del Fondo experimentó una merma de 1.000 millones de pesos debido al terremoto de febrero de ese año, por primera vez el

---

<sup>2</sup> Desde 1992 los miembros del CNTV dejaron de ser designados por los rectores de las universidades o los comandantes en jefe de las Fuerzas Armadas. A partir de ese año comenzó a estar integrado por consejeros designados por el Senado, salvo su presidente, nombrado por el Presidente de la República. Actualmente este cargo es ocupado por Herman Chadwik Piñera. Rey apunta que la idea de este tipo de consejos, que también existe en Colombia, es sacar a la televisión del dominio y orientación hegemónico por parte del Estado hacia una autonomía social y política (2005).

Fondo-CNTV disminuirá el próximo año, ya que se rebajó en 500 millones de pesos con respecto al presupuesto de 2011. Esta reducción, que en un comienzo había sido establecida por el gobierno en 2.300 millones, ha suscitado críticas y debates en los principales medios escritos chilenos.



El Fondo funciona así: luego de que los proyectos que se presentan al concurso son sometidos a una evaluación de factibilidad técnica y financiera, los programas viables son evaluados por un panel de expertos, quienes califican en qué medida cumplen con los objetivos del CNTV. En el paso siguiente los proyectos son remitidos al Consejo, el que en su calidad de único jurado competente, de acuerdo a la ley, asigna los fondos.

Los principales ítems de evaluación para los programas son los siguientes: 1) Interés de los contenidos: Los evaluadores deben considerar si lo propuesto es interesante para las audiencias y para los canales de TV, en base a la información, educación, instrucción y entretenimiento que entrega; 2) Nivel de innovación: Se evalúa si el aporte del tema del

proyecto y su forma audiovisual son novedosos dentro de la oferta programática de la televisión chilena; 3) Universalidad de los argumentos y potencial exportable: Se examinan las posibilidades de internacionalización del producto, razón por la que también se incluyen evaluadores extranjeros; 4) Capacidad para ser programado en horario de alta audiencia: Se considera si el proyecto es coherente con las exigencias que requiere un programa para competir con los productos de alto costo e inversión publicitaria que los canales emiten en este horario; y 5) Experiencia profesional del equipo responsable.

Además, el Consejo valora especialmente otras características para la adjudicación del Fondo: programas de alto nivel cultural, entendiendo por tal 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; proyectos que promuevan la tolerancia, la diversidad y el respeto a las distintas etnias, credos y géneros; e iniciativas que den cuenta de la historia de Chile durante sus primeros dos siglos de vida independiente.

Estos requerimientos mencionadas se reflejan, por ejemplo, en estos proyectos premiados: *12 Días que estremecieron a Chile*, producción que recrea 12 de los sucesos noticiosos más importantes ocurridos en el país en los últimos 50 años, como la Revolución Pingüina o el Plesbicitito de 1988; *Amar y morir en Chile*, ficción que cuenta la historia del Frente Patriótico Manuel Rodríguez; *La memoria encantada*, serie infantil que rescata los mitos y leyendas de los pueblos ancestrales que habitaron territorio chileno; *Uno, dos, tres... ¡A jugar!* y *El Ogro y el Pollo*, que innovan con la utilización de técnicas de animación 3D y animación en plasticina, respectivamente; *Vida por Vida*, que relata las dificultades que vive un equipo médico especializado en trasplante de órganos; y proyectos realizados por creadores destacados, como *Violeta, se fue a los cielos* de Andrés Wood y *Cobre* de Gustavo Graef-Marino.

Con los años, el Fondo ha ampliado la diversidad de los programas que premia, estableciendo nuevas categorías. Al principio había una categoría única. En 2004 ya existían seis: "Miniserie histórica", "Ficción", "No ficción", "Regional", "Niños hasta 6 años" y "Niños más de 6 años". Luego se sumaron "Apoyo a la emisión de documentales ya realizados" (2005), "Nuevas temporadas de programas ya financiados por este Fondo" (2006), "Microprogramas" (2008) y "Programas de procedencia e interés local" (2009),

recursos que se entregaban por separado desde 2002. En 2010, a estas 10 categorías, se incorporaron dos: “Telefilms” y “Telenovelas”. El último año se agregó “Co-producciones internacionales” y el “Premio Especial Matta” para programas sobre este pintor chileno con motivo de su centenario, llegando así a las 14 categorías actuales.

Pueden resultar extrañas algunas de estas categorías, si se toma en cuenta uno de los objetivos principales del Fondo: financiar programas en los que los canales no están dispuestos a invertir. Ocurre con la categoría “Telenovelas”, el producto de ficción televisiva con mayor desarrollo en Chile y género en el que descansa gran parte de la inversión publicitaria con la que se financian los principales canales de TV. En este caso, el CNTV limitó el concurso a telenovelas que se transmitieran en la tarde, segmento horario que ocupan tradicionalmente las telenovelas extranjeras y nunca lo habían hecho producciones nacionales. La primera experiencia ha sido *Esperanza*, que narra las peripecias de una inmigrante peruana en Chile, la cual ha tenido alto rating y ha abierto el interés de los canales por hacer producciones en este horario (La Tercera 2011a).

El caso de la categoría “Apoyo a nuevas temporadas de programas ya financiados por el Fondo” nació porque los canales no estaban dispuestos a financiar otras temporadas de programas exitosos, como *Los 80*. Para controlar la dependencia a este Fondo en el desarrollo de estas producciones el CNTV estableció que la subvención irá disminuyendo en la medida que avancen las temporadas, llegando en la cuarta temporada y siguientes a financiar sólo un 25% de lo asignado en la primera.

Esta alternativa no fue necesaria con *31 minutos*, uno de los proyectos más exitosos financiados por el Fondo-CNTV. Este noticiario infantil, protagonizado por muñecos de trapo, tuvo tanto éxito en su primera temporada que el canal (TVN) produjo una segunda y una tercera con financiamiento propio. *31 minutos* se transmitió en toda América Latina por Nickelodeon, y además se ha emitido en México por Once TV, en Argentina por Canal 7, en Uruguay por Canal 5, en Colombia por Señal Colombia y en España por Veo. Además, en 2008 se estrenó *31 minutos, la película*.

El impacto de los proyectos financiados por el Fondo-CNTV en las audiencias se puede conocer a través de la última Encuesta Nacional de Televisión (CNTV 2011a). La consulta pública arrojó que programas como *Los 80* fueron vistos por un 66,4% de los entrevistados, mientras que otros como *Un país serio* sólo por un 8%. El sondeo también

constató que todos estos programas subvencionados son calificados con una nota superior al 5,9 cuando el promedio que recibió la televisión abierta en Chile fue de 4,8 (ambas cifras en una escala del 1 a 7).

## **Conclusiones**

Hemos visto cómo la televisión chilena evolucionó de una TV que tenía prohibido por ley el financiamiento a través de la publicidad a otra que debe financiarse casi en su totalidad de este modo. En este contexto nace la pregunta inicial de este trabajo: ¿En qué medida el Fondo-CNTV —principal subvención que otorga el Estado a la televisión en este país— es necesario para fomentar una industria audiovisual y mejorar la calidad de la televisión en Chile?

Para responder a esta pregunta se revisaron los conceptos de industrias culturales y su relación con el Estado y el de televisión de calidad.

Bajo estas perspectivas, el Fondo-CNTV promueve y permite, mediante los programas que premia, que grupos identitarios que no están habitualmente en pantalla formen parte de ella. Así, se revela que el Estado chileno entiende a la televisión como una industria cultural importante para la formación del espacio público y de la ciudadanía, como propone García Canclini (2001).

Siguiendo con los argumentos de este autor en relación a la importancia del fomento de las industrias culturales para el desarrollo económico de una nación, el Fondo en cuestión no sólo activa la industria televisiva. Los recursos que adjudica a las productoras independientes para la realización de programas impulsan también productos cinematográficos y publicitarios que estas empresas generan gracias a la inyección de capital. Asimismo, con la incorporación reciente de la categoría “Co-producciones internacionales” al Fondo se está intentando ampliar el mercado de esta industria, sobre todo pensando en que un pequeño mercado local de 17 millones se puede transformar en uno de 550 millones, que significa el mundo hispanoparlante.

Por otro lado, el Fondo-CNTV premia la innovación, lo que ha permitido que se produzcan programas que no estén probados comercialmente y que por lo tanto los canales no están dispuestos a financiar, como plantea Rodríguez (2001), hecho que no sólo

favorece a la creación por parte de los realizadores sino también a la formación de audiencias más creativas e informadas gracias al mayor número de productos culturales que pueden consumir.

El desarrollo de la industria televisiva por el Estado va de la mano con el fomento de la televisión de calidad.

Lo considerado por Blumler como televisión de calidad coincide con los objetivos que promueve el Fondo-CNTV, en la medida que estimula la diversidad de la oferta televisiva en los tres aspectos que distingue el académico: 1) Diversidad sustancial, ya que el Fondo fomenta la variedad de puntos de vista, por ejemplo, a través de su categoría "Regional" porque visibiliza sensibilidades y temáticas que trascienden a Santiago, capital y centro productivo de la industria televisiva chilena; 2) Diversidad de tipos de programas: el Fondo favorece la pluralidad programática, hecho que se manifiesta al ver las 14 categorías que premia, entre ellas "Ficción", "Telenovelas" y "Telefilms"; y 3) Diversidad estilística: el Fondo apoya la innovación, impulsando proyectos que utilicen nuevas técnicas o que renueven su género, como se vio en el caso de la teleserie *Esperanza*, que abrió un nuevo horario, el de la tarde, para producciones chilenas.

El Fondo-CNTV se ha ido adaptando y creciendo según las necesidades con los años, pero a pesar de ser una iniciativa que tiene casi dos décadas, sólo desde 2000 ha logrado un mayor impacto, tomando en cuenta la cantidad de proyectos que ganan anualmente.

En definitiva, hasta el momento el Fondo ha conseguido fomentar la industria televisiva y ha mejorado la calidad de la televisión chilena, pero a costa de una hiperdependencia del subsidio estatal, graficado de buena manera con el requerimiento de que proyectos exitosos en términos de rating y avisaje estén obligados a postular nuevamente a este Fondo para financiar otras temporadas o con la frase del realizador audiovisual Matías Stagnaro en la última premiación al enterarse de que había sido el principal ganador: "Acá no se puede hacer ficción sin el Fondo del CNTV. Tu año completo depende de esta noche", declaraba (La Tercera 2011b).

Será interesante analizar a futuro cómo esta política cultural es capaz o no de generar otras dinámicas en todo el sector de la industria audiovisual chilena, como plantea Subercaseux (2001), sobre todo en relación a la internacionalización de sus productos. Por

otra parte, sería útil reflexionar acerca de la dependencia de la industrial cultural chilena al Estado preguntándose qué pasaría si a partir de mañana se acabara el Fondo al Fomento de la Calidad del CNTV.

## Bibliografía

- Altamirano, Juan Carlos. 2005. *¿TV or not TV?*. Santiago: Editorial Planeta.
- Blumler, Jay. 1992. *Television and the Public Interest: Vulnerable Values in West European Broadcasting*. Londres: Sage.
- Brunner, José Joaquín. 2007. "Televisión: negocio versus cultura", en Nancy Rampaphorn y Eduardo Carrasco (eds): *Televisión y cultura, una relación posible*. Santiago: LOM Ediciones / Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, pp. 95-102.
- CNTV. 2011a. *VII Encuesta Nacional de Televisión*. Documento electrónico, [http://www.cntv.cl/prontus\\_cntv/site/artic/20110825/asocfile/20110825134055/presentacion\\_final\\_encuesta\\_nacional\\_2011.pdf](http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20110825/asocfile/20110825134055/presentacion_final_encuesta_nacional_2011.pdf), acceso 20 de septiembre, 2011.
- 2011b. "Convocatoria a concurso público para asignación del Fondo de Fomento a la Calidad (Fondo-CNTV) del año 2011". Documento electrónico, [http://www.cntv.cl/prontus\\_cntv/site/artic/20110304/asocfile/20110304114154/basesfondo\\_cntv2011.pdf](http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20110304/asocfile/20110304114154/basesfondo_cntv2011.pdf), acceso 22 de septiembre, 2011.
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. 2005. *Chile quiere más cultura. Definiciones de política cultural 2005-2010*. Documento electrónico, <http://www.consejodelacultura.cl/portal/galeria/text/text105.pdf>, acceso 31 de octubre, 2011.
- Fuenzalida, Valerio. 1998. "Situación de la Televisión Pública en América Latina". *Diálogos de la Comunicación* n° 53. Documento electrónico, <http://www.dialogosfelafacs.net/articulos/pdf/53ValerioFuenzalida.pdf>, acceso 15 de octubre, 2011.
- 2007. "Audiencias televisivas y consumo cultural", en Nancy Rampaphorn y Eduardo Carrasco (eds): *Televisión y cultura, una relación posible*. Santiago: LOM Ediciones / Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, pp. 89-94.
- García Canclini, Néstor. 2001. "Por qué legislar sobre industrias culturales". *Nueva Sociedad* n° 175. Documento electrónico, [http://biblioteca.hegoa.ehu.es/system/ebooks/10355/original/Culturas\\_Medios\\_y\\_Politicass.pdf](http://biblioteca.hegoa.ehu.es/system/ebooks/10355/original/Culturas_Medios_y_Politicass.pdf), acceso 1 de noviembre, 2011.
- Garnham, Nicholas. 1987. "Concepts of culture-public policy and the cultural industries". *Cultural Studies*, vol. 1, n° 1.
- Huneus, Carlos. 2007. *The Pinochet Regime*. Boulder y Londres: Lynne Rienner Publishers.

- Hurtado, María de la Luz. 1989. *Historia de la TV en Chile (1958-1973)*. Santiago: Eds. Documentas / Ceneca.
- La Tercera. 2011a. “Esperanza gana en su debut y abre interés de canales por el horario”. Documento electrónico, <http://diario.latercera.com/2011/08/30/01/contenido/cultura-entretencion/30-81960-9-esperanza-gana-en-su-debut-y-abre-interes-de-canales-por-el-horario.shtml>, acceso 1 de noviembre, 2011.
- . 2011b. “Serie sobre el Bim Bam Bum y documental de Vicaría de la Solidaridad ganan fondos CNTV”. Documento electrónico, <http://diario.latercera.com/2011/09/27/01/contenido/cultura-entretencion/30-84966-9-serie-sobre-el-bim-bam-bum-y-documental-de-vicaria-de-la-solidaridad-ganan.shtml>, acceso 3 de noviembre, 2011.
- Mazziotti, Nora. 2005. “Los géneros en la televisión pública”, en Omar Rincón (ed): *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones, pp. 175-202.
- Moreno, Rodrigo. 2007. “Televisión e industrias culturales”, en Nancy Rampaphorn y Eduardo Carrasco (eds): *Televisión y cultura, una relación posible*. Santiago: LOM Ediciones / Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, pp. 135-139.
- Rey, German. 2005. “El escenario móvil de la televisión pública. Algunos elementos de contexto”, en Omar Rincón (ed): *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones, pp. 69-101.
- Richeri, Giuseppe y María Cristina Lasagni. 2006. *Televisión y calidad. El debate internacional*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- Rincón, Omar. 2005. “La televisión: lo más importante de lo menos importante”, en Omar Rincón (ed): *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones, pp. 11-34.
- Rodríguez, Andrés. 2001. “Las industrias culturales”, en Manuel Antonio Garretón (ed): *Cultura y desarrollo en Chile. Dimensiones y perspectivas en el cambio de siglo*. Santiago: Editorial Andrés Bello, pp. 193-206.
- Subercaseaux, Bernardo. 2001. “Políticas culturales, institucionalidad y democracia”, en Manuel Antonio Garretón (ed): *Cultura y desarrollo en Chile. Dimensiones y perspectivas en el cambio de siglo*. Santiago: Editorial Andrés Bello, pp. 229-247.
- Tironi, Eugenio. 2007. “Una experiencia diferente”, en Nancy Rampaphorn y Eduardo Carrasco (eds): *Televisión y cultura, una relación posible*. Santiago: LOM Ediciones / Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, pp. 131-134.
- Urrutia, Paulina. 2007. “Presentación”, en Nancy Rampaphorn y Eduardo Carrasco (eds): *Televisión y cultura, una relación posible*. Santiago: LOM Ediciones / Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, pp.7-9.