



# El plan programático de TVN para revertir su grave crisis

PATRICIA CERDA F.

TVN confirmó que no pasa por un buen momento económico. Según el balance que entregó a la Comisión para el Mercado Financiero (CMF), en 2024 registró pérdidas por \$18.534 millones —suma de las operaciones de TVN y el canal NTV—, más del triple de la cifra que perdió en el mismo período del año anterior y una de las más altas de esta última década.

Desde el canal aseguran que las pérdidas se “ajustan a lo proyectado”, pero también tienen claro que los resultados de audiencia y, por ende, el enganche publicitario, serán fundamentales este año para mejorar su desempeño. El plan de recuperación de la pantalla y de las franjas horarias que les han sido esquivas, en parte, ya está en marcha.

Javier Goldschmied, director de Programación, explica que la apuesta es convocar a una audiencia transversal y familiar. Por lo mismo, primero se han preocupado de recuperar el *prime time*, que concentra más del 50% de los ingresos publicitarios, con proyectos de entretenimiento.

“Mi nombre es”, espacio conducido por Jean Philippe Cret-

La señal, que tuvo en 2024 pérdidas por \$18.534 millones, seguirá fortaleciendo su bloque matinal y cultural. Para el *prime time* prepara “Mi nombre es 2” y “MasterChef”.

ton, generó expectativas, ya que marcó 6,8 puntos en su primer ciclo. Ahora, el plan es seguir creciendo con una segunda temporada, y también con una versión del estelar de cocina “MasterChef”, que hace algunos años emitió Canal 13.

“Con ‘Mi nombre es’ tenemos un llamado al aire para la segunda temporada y en el caso de ‘MasterChef’ estamos trabajando en la estructura del formato, que vuelve después de muchos años, entonces, representa para nosotros un desafío creativo para que sea atractivo”, señala el ejecutivo.

El bloque matinal, uno de sus principales dolores de cabeza, también ha sido prioridad. Por lo mismo, desde el 3 de marzo

este se renovó por completo con la incorporación de Monserrat Álvarez a “Buenos días a todos”, que ahora conduce junto a Eduardo Fuentes, y que se acortó de 08: a 11:00 horas. Inmediatamente después, además, debutó el espacio “El medio día”, a cargo de Daniel Fuenzalida, que se extiende hasta las 13:00 horas.

Las cifras, hasta ahora, hablan de un alza del 22,8% en el horario, pero son insuficientes, ya que la señal pública sigue en la cuarta posición en ese bloque y en el *rating* general. “Esta es una carrera larga. El matinal lleva apenas cuatro semanas, pero está bien aspectado”, plantea Goldschmied.

Y aunque tiempo es precisamente lo que no tienen en un período de crisis, el ejecutivo argumenta: “Es un cambio grande el que está haciendo TVN en invertir en contenidos para poder tener una mejor *performance* y eso debe ser evaluado primero por las marcas para que vengan a invertir acá. Todo esto no es inmediato, pero creemos que estamos haciendo un trabajo que de a poco está viendo sus luces”.

La última apuesta en la que trabaja el canal es en el bloque cultural de los días sábado. Para eso recuperó la marca “Chile conectado”, que se emite entre 15:30 y 18:45 horas, con María Luisa Godoy y Simón Oliveros en la conducción.

Goldschmied cree que este año será clave para revertir las cifras, tanto de *rating* como económicas. Algo que refrenda el académico de la UC y experto en televisión, Fernando Acuña. “Es evidente que TVN está haciendo esfuerzos, pero la crisis del canal no tiene que ver con un punto más o menos de *rating*. Esto es mucho más profundo, porque la discusión que tenemos que tener es si queremos tener televisión pública y el modelo de autofinanciamiento que existe hoy”.



TVN

El programa “El medio día”, con Daniel Fuenzalida, que se emite entre 11:00 y 13:00 horas, algo ha ayudado a mejorar la sintonía matinal.