

Fecha: 20-07-2025
 Medio: Diario Financiero
 Supl.: Diario Financiero - DF Mas
 Tipo: Noticia general
 Título: NTV lanza nueva campaña 2025 destacando su aporte al desarrollo de las personas: "Hace bien, ver NTV"

Pág.: 31
 Cm2: 325,1
 VPE: \$ 2.880.499

Tiraje: 16.150
 Lectoría: 48.450
 Favorabilidad: ☐ No Definida

PUBLIRREPORTAJE

SEÑAL 2 DE TVN

NTV lanza nueva campaña 2025 destacando su aporte al desarrollo de las personas: "Hace bien, ver NTV"

La señal cumplirá en agosto cuatro años al aire siendo el canal cultural más visto del país y el segundo canal infantil más visto de Chile.

NTV el canal infantil cultural de TVN lanzó su nueva campaña 2025 bajo el lema "Hace bien, ver NTV", una pieza audiovisual que destaca el impacto positivo de su programación en el desarrollo de las personas en ámbitos emocionales, cognitivos, sociales y culturales, entre otras.

"Hace bien, ver NTV" no es solo una frase, es un recordatorio del poder que tienen los contenidos de calidad para inspirar, formar y acompañar a las personas. A las nuevas generaciones para empoderarlas a hacer los cambios que necesitamos y al mundo adulto a mostrarles otras posibilidades más allá de lo que están acostumbrados a ver", comenta Mariana Hidalgo, Directora de Programación de NTV.

La campaña desarrollada por la agencia Brand Lab junto al área de Marketing de TVN y NTV, y que nace en el marco de su cuarto aniversario el próximo 8 de agosto, contempla difusión en televisión abierta, redes sociales, gráficas digitales y presencia en vía pública.

La pieza busca destacar los contenidos de una señal que aporta a la formación, entretiene



Margarita Huenuli y Julio Robert, conductores de Efecto N

y construye ciudadanía y que se ha consolidado como una alternativa valiosa en la televisión chilena y un lugar de contenidos seguros para niños, niñas y sus familias.

Con un tono cercano el spot destaca que el futuro se construye desde hoy, y que N ofrece

una programación 100% saludable, pensada para estimular la mente, el cuerpo, la curiosidad, el cuidado del medioambiente y el orgullo por la identidad cultural. Las imágenes generadas con inteligencia artificial muestran a niños y niñas en distintas situaciones de aprendizaje y juego, reafirmando el valor de ver NTV con una frase que sintetiza su propósito: "Lo que nos hace crecer, nos hace bien. Hace bien ver NTV."

Con un 90% de programación nacional, el año pasado NTV estrenó 45 nuevos programas a través de distintas plataformas, incluyendo 10 producciones regionales y 2 coproducciones internacionales.

Desde su creación ha realizado transmisiones deportivas, trabajado en alianza con fundaciones, universidades y otros sistemas públicos de medios a nivel latinoamericano como Red TAL. Además, la UNESCO la reconoció por contribuir a los Objetivos de Desarrollo Sostenible -en particular el ODS 4 de Educación de Calidad- y ha sido galardonada con 10 premios y 18 nominaciones en festivales internacionales sobre contenido infantil. Sin ir más lejos, fue recientemente nominado en el Festival ComKids 2025.

Actualmente, NTV lidera entre los canales culturales con un promedio de 9.549 personas por minuto (junio 2025), según datos de la nueva medición de audiencias que genera Kantar

Ibop Media, superando a grandes cadenas internacionales como Discovery Channel (7.598 personas por minuto) o Animal Planet (4.561 persona por minuto) y nacionales como 13C (5.417 personas por minuto) siendo el canal cultural con mayor audiencia en Chile durante el mes. Y se consolidó como el segundo más visto entre las señales infantiles superando a Discovery Kids (7.287 personas por minuto), Disney Channel (5.006 personas por minuto) y Disney Jr. (3.045 personas por minuto).

"En este tiempo hemos impulsado nuevos programas, incorporado transmisiones en vivo dirigidas especialmente a niños y niñas que es algo innovador en la televisión mundial actual y mantenido espacios para visibilizar a nuestros artistas, cultores, científicos y también a jóvenes deportistas. Aunque NTV tiene como eje central acompañar los procesos formativos desde la primera infancia hasta la adolescencia, también trabajamos de forma transversal y con fuerza nuestro rol en la promoción de la cultura, el patrimonio, la ciencia y el conocimiento. Nuestro desafío es seguir creciendo como una opción en la que personas de distintas edades y territorios puedan verse reflejadas, escuchadas en nuestra pantalla y que encuentren aquí una comunidad donde podemos construir en conjunto", señala Mariana Hidalgo.