

Fecha: 03-04-2025
 Medio: La Tercera
 Supl.: La Tercera - Pulso
 Tipo: Noticia general
 Título: "La televisión es un negocio de riesgo": TVN aborda pérdidas 2024 y apunta a Google y Meta

Pág.: 13
 Cm2: 353,9

Tiraje:
 Lectoría:
 Favorabilidad:

78.224
 253.149
☐ No Definida



"La televisión es un negocio de riesgo": TVN aborda pérdidas 2024 y apunta a Google y Meta

La señal estatal sufrió pérdidas por US\$ 19 millones el año pasado, las más abultadas en una década. "La industria de televisión está desafiada aún más que otro medio de comunicación", dijo la directora ejecutiva de TVN, Susana García.

DAVID NOGALES

—Televisión Nacional de Chile (TVN) sufrió pérdidas por \$ 18.534 millones (US\$ 19 millones) en 2024, de acuerdo a los estados financieros que remitió a la Comisión para el Mercado Financiero (CMF). Se trata de una cifra que triplica los números rojos por \$ 5.499 millones (US\$ 6 millones) del ejercicio anterior y, además, de las pérdidas más abultadas en una década.

La directora ejecutiva de TVN, Susana García, abordó hoy la compleja situación financiera de la señal estatal, apuntando como responsable de los números rojos al negocio publicitario y también al rol que juegan los gigantes tecnológicos del rubro como Google y Meta (matriz de Facebook).

En conversación con T13 Radio, la ejecutiva afirmó que existe una crisis de financiamiento en los medios de comunicación que es transversal y que tiene que ver con la inversión publicitaria y cómo ha irrumpido en los últimos 10 años en forma progresiva el desvío hacia medios digitales.

Precisó que la proporción en la cual los medios participan de la torta digital es "bastante menor y significativa" en términos de montos que aquella que se lleva Google, por ejemplo.

"Ahí hay un problema importante no solo país, a nivel mundial, en que nosotros como medios, como televisión abierta, si lo pode-

mos decir, hace 10 años atrás teníamos 35, 36 puntos de participación del mercado publicitario, y el año 2024 terminamos en 24, afirmó.

Sobre ese mismo punto, advirtió que la inversión publicitaria en medios digitales aumentó a cerca de 54% y que buena parte de ello se lo llevan los dos gigantes tecnológicos. "Es un problema de proporción. Es un problema de proporción importante y además dentro de ese 54% (de inversión publicitaria), más del 70% se lo lleva Google y Meta", afirmó la ejecutiva.

García comunicó también que al tercer trimestre del año pasado, tres de los cuatro canales que reportan sus estados financieros ya estaban en el terreno de las pérdidas. "La industria de televisión está desafiada aún más que otro medio de comunicación y eso tiene que ver también con los altos costos de producción que tiene", afirmó. "La televisión es un negocio de riesgo", agregó García.

En el contexto de las particularidades de TVN como empresa estatal y de la responsabilidad pública que tiene y que está normada por Ley, García estimó en aproximadamente \$ 6.000 millones los costos "distintivos, específicamente públicos" de la estatal y que tienen que ver con los canales regionales o con la red de antenas para tener efectivamente alcance nacional (y llegar a Visviri, por ejemplo). ●