

**ACTA DE LA SESION EXTRAORDINARIA DEL CONSEJO NACIONAL DE TELEVISION  
DEL DIA 23 DE ABRIL DE 2012**

Se inició la sesión a las 11:05 Hrs., con la asistencia del Presidente, Herman Chadwick, de las Consejeras María de Los Ángeles Covarrubias y María Elena Hermosilla y de los Consejeros Genaro Arriagada, Andrés Egaña, Jaime Gazmuri, Gastón Gómez, Roberto Pliscoff, Óscar Reyes y Hernán Viguera, y del Secretario General, Guillermo Laurent. Justificó oportuna y suficientemente su inasistencia el Consejero Roberto Guerrero.

Participaron, especialmente invitados para los efectos de la sesión, los jefes de Departamento, Graciela Ávalos (Administración y Finanzas), Belén Correa (Comunicaciones), María Paz Valdivieso (Supervisión), Dolores Souza (Estudios), María de la Luz Savagnac (Fomento a la Calidad), Jorge Cruz (Jurídico); la Jefa de la Unidad de Educación en Medios, Verónica Silva, el Jefe del Programa Novasur, Luis Klenner y la Jefe de Gabinete de la Presidencia del CNTV, Bárbara Paredes.

Asimismo, estuvieron presentes prestando su asistencia: Jessica Moya, Secretaria de la Presidencia y Julio Morales, de la Unidad de Informática.

**1. CUENTA DEL SEÑOR PRESIDENTE.**

- a) El Presidente, don Herman Chadwick Piñera, indica que, el objetivo de la presente sesión extraordinaria obedece al propósito de familiarizar a los Consejeros con las actividades que desarrollarán los diversos Departamentos y Unidades del CNTV durante el Ejercicio 2012.
- b) El Presidente informa al Consejo acerca de la celebración del décimo segundo aniversario del programa Novasur.
- c) El Presidente comenta el editorial del diario El Mercurio, de Santiago, del día 23.04.2012, sobre el proyecto de ley sobre introducción de la TVDT, pendiente actualmente en el Congreso.
- d) El Presidente informa al Consejo haber dado una conferencia, acerca del estatuto, los roles y las funciones del CNTV en el Club de La Unión -Las Condes-, el día 17 de abril de 2012.

**2. EXPOSICIONES DE LOS JEFES DE DEPARTAMENTOS Y UNIDADES DEL CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN.**

**A. Exposición de Graciela Avalos, Jefa del Departamento de Administración y Finanzas del CNTV.**

En primer término, la señora Ávalos hizo una referencia al marco legal en el cual se inscribe la actividad desarrollada por el CNTV. A continuación, aludió a su misión institucional e indicó como objetivos estratégicos: i) ser el

referente en materia televisiva, tecnológica y de comunicación audiovisual, a través de estudios, evaluaciones y el permanente contacto con la industria audiovisual y sus desarrollos, así como los avances en materia televisiva a nivel de otros países y experiencias; ii) fomentar el desarrollo de la televisión de calidad, con especial énfasis en la programación infantil, mediante el fortalecimiento de la excelencia en la producción, a través de las diferentes líneas programáticas del CNTV; iii) promover el acceso de todos los chilenos a los servicios televisivos, extendiendo la cobertura de la televisión en términos geográficos y poblacionales; iv) regular el correcto funcionamiento de los servicios de televisión, mediante la fiscalización de los contenidos de su programación emitida; v) capacitar a los televidentes como audiencia responsable y opinante de los contenidos televisivos a través de la educación en medios. Al respecto, señaló que, en el bienio 2012-2014, se dará un especial énfasis a la protección del menor.

A continuación, hizo una prevé reseña del presupuesto del CNTV para el Ejercicio 2012.

Acto seguido, hizo una somera reseña de “*los compromisos institucionales*” para el Ejercicio 2012, sus indicadores, fórmulas de cálculo, las metas del período, su ponderación en el conjunto y los medios de su verificación.

Explicó el organigrama del CNTV, el que consta de: un Consejo de once miembros, asistido por una Secretaría General; y un Servicio, dirigido por el Presidente del Consejo, asistido en su función directiva por: una Jefatura de Gabinete, una Jefatura de Comunicaciones, una Auditoría Interna, una Unidad de Educación en Medios y los Departamentos de Supervisión, de Estudios, de Fomento, Jurídico y Concesiones, de Administración y Finanzas y el Programa de TV Educativa Novasur; asimismo, indicó la dotación de cada uno de los departamentos y unidades.

Finalmente, explicó las funciones y atribuciones del Departamento de Administración y Finanzas.

## **B. Exposición de Belén Correa, Jefa de la Unidad de Comunicaciones.**

La señora Correa dividió su exposición en dos grandes secciones, a saber: una primera intitulada “*¿Qué hacemos?*”, y una segunda intitulada “*¿Qué haremos?*”.

En la primera sección describió las funciones del área de comunicaciones, las que son: i) elaborar y desarrollar planes de medios para la difusión de estudios, publicaciones y actividades del CNTV; ii) controlar y ejecutar la difusión de todos los productos del CNTV; iii) apoyar comunicacionalmente al programa Novasur; iv) gestionar y supervisar la imagen corporativa del CNTV; v) elaborar y distribuir un boletín *online* mensual; vi) planificar, producir y coordinar la Revista CNTV anual; vii) gestionar la *web institucional*.

La señora Correa ilustró su exposición con ejemplos de gestión de comunicaciones realizadas el año en curso.

En la segunda sección señaló como objetivo del área de comunicaciones para el Ejercicio 2012 “*la protección de la audiencia menor de edad y el horario*

*para todo espectador*”. A su juicio, indicó que, con el fin de lograr el objetivo señalado, el CNTV debería: i) acentuar su rol fiscalizador en el horario de protección al menor; ii) procurar que la percepción pública del CNTV trascienda su rol meramente sancionador; iii) potenciar el fomento a la televisión de calidad, haciendo conciencia en la industria de la buena acogida que ésta tiene en el público; y iv) ser un referente en el debate sobre televisión.

Y en cuanto a líneas de acción por áreas del CNTV indicó las siguientes: i) en relación al Departamento de Supervisión: difusión de las actas del Consejo - cargos y sanciones-; difusión de los productos del Departamento de Supervisión; énfasis en el respeto al horario de protección; presentar al CNTV como el garante de los derechos del televidente. ii) en relación al Departamento de Estudios: difusión de los estudios de opinión y encuestas programados para el Ejercicio 2012. iii) en relación al Departamento de Fomento: difusión y seguimiento de los *programas CNTV*; organización y cobertura del evento “*Celebración del Vigésimo Aniversario del Fondo de Fomento y Premiación 2012*”; organización y cobertura de “*Meetings/Clase Magistral de realizadores chilenos y dos destacados jurados internacionales del Concurso 2012*”; difusión y posicionamiento de la imagen alcanzada por el CNTV en razón de las actividades de fomento; promoción de las actividades de fomento en la prensa; promoción de los productos de fomento en la prensa. iv) en relación con Novasur: organización y cobertura del 12º Aniversario de Novasur y del lanzamiento del nuevo portal y videoteca educativa audiovisual; realización de dos seminarios en regiones, con la participación del Presidente y personeros del CNTV. v) en relación a la Unidad de Educación en Medios: apoyo y difusión en la Web institucional; apoyo en talleres con padres, apoderados y docentes; apoyo en desayunos con actores clave; apoyo en ciclo de Educación en Medios para Periodistas; apoyo en la constante actualización de la *biblioteca online de Educación en Medios*; apoyo en la planificación y confección de una cartilla pedagógica sobre Educación en Medios. vi) en relación al Fondo de Antenas: coordinación de las inauguraciones de las antenas financiadas por el CNTV; difusión de las extensiones en la *Web institucional* y medios locales.

Al respecto, la Consejera María Elena Hermosilla señaló la necesidad de instalar en la sociedad, mediante la comunicación que se haga, temas tales como el *cultural* y el *idioma*, por mencionar sólo algunos.

### C. Exposición de María Paz Valdivieso, Jefa del Departamento de Supervisión.

En primer término, la señora Valdivieso se refirió al crecimiento exponencial de las denuncias ciudadanas ocurrido en la última década (2001-2011); así, señaló, mientras en el primer año del decenio fueron recibidas y tramitadas 28 denuncias, en el último año del mismo fueron recibidas 1555 y tramitadas 1336 denuncias. En el presente Ejercicio, al 20 de abril, informó que ya han sido recibidas 1024 denuncias, de las cuales han sido tramitadas 762 y que se han confeccionado 467 informes -234 de TV de pago y 233 de TV abierta-.

De allí, explicó, el consiguiente incremento experimentado por la dotación del Departamento de Supervisión en los últimos años -si bien aún insuficiente- y la heterogeneidad de su composición (periodistas, pedagogos, abogados, publicistas, psicólogos, politólogos y sociólogos).

A continuación, hizo una reseña de los productos realizados por el Departamento de Supervisión en el último lustro -Informes de Caso de TV abierta y de pago; Informes de Señal; Informes Transversales de TV de Pago; Informes Sobre Programación Cultural; Anuarios Estadísticos; Balances-.

Señaló, como líneas de acción en el presente Ejercicio: i) fiscalización de oficio a concesionarias con coberturas nacional y regional; ii) fiscalización por denuncia, centrada, especialmente, en el nivel regional; iii) confección de informes estadísticos relativos al ejercicio 2011.

Finalizó su exposición señalando algunos tópicos, a los cuales se prestará atención preferente en el presente ejercicio: i) modalidades de fiscalización de contenidos televisivos en nuevas plataformas; ii) propuestas de modificación de la normativa reglamentaria delegada; y iii) mejoras en los procedimientos de fiscalización.

La Consejera María de los Angeles intervino para felicitar al Departamento de Supervisión por la labor desempeñada.

La Consejera María Elena Hermosilla sugirió sistematizar la relación con el mundo académico y, precisamente, propuso buscar una sinergia entre los departamentos de Supervisión y Estudios del CNTV con el mundo académico -tal vez, con el segmento de los memoristas-, con el fin de incrementar, robustecer y profundizar la reflexión sobre los contenidos de la televisión.

El Consejero Andrés Egaña declaró la necesidad de insistir en la denuncia pública de la mala calidad de los contenidos de la televisión; en su concepto, expresó, el CNTV debería tener una mayor presencia en la opinión pública, para lo cual, entre otros expedientes, sugirió una mayor y mejor información acerca de su actividad regulatoria, con especial énfasis en las sanciones que imponga a sus regulados.

El Consejero Genaro Arriagada planteó la necesidad de optimizar en términos cuantitativos y cualitativos las modalidades de trabajo del Consejo.

El Consejero Jaime Gazmuri destacó la conveniencia de labrar una mayor aceptabilidad social de las sanciones acordadas por el Consejo, aun en el caso de su eventual exasperación, en los casos previstos y en los términos autorizados por la ley. Asimismo, sugirió someter a un especial análisis jurídico la fiscalización de las otras plataformas empleadas por los servicios de televisión.

El Vicepresidente, Roberto Pliscoff intervino para preconizar una especial fiscalización de la publicidad en televisión dirigida al segmento infantil.

**D. Exposición de María Dolores Souza, Jefa del Departamento de Estudios.**

La señora Souza dividió en dos partes su exposición: la primera dedicada al Ejercicio 2011; la segunda dedicada al Ejercicio 2012.

En relación al Ejercicio 2011, señaló que la actividad del Departamento estuvo focalizada en hacer al CNTV el referente en materia televisiva, tecnológica y de comunicación audiovisual a través de estudios, evaluaciones y el permanente contacto con la industria audiovisual y sus avances -a nivel nacional e internacional-.

Explicó, que los estudios y actividades realizadas estuvieron organizados de la siguiente manera: a) realización de la Séptima Encuesta Nacional de Televisión, sus resultados principales, informes temáticos y actividades de difusión; b) estudios e informes en las líneas permanentes del Departamento: estadísticas, niños, mujer, noticiarios, televisión digital y regulación; c) actividades de difusión con públicos segmentados y reseñas de estudios orientadas a la ciudadanía en general; d) gestión de redes académicas y contactos con la industria.

a. En relación con la VII Encuesta Nacional de Televisión se efectuaron los siguientes productos, posteriormente difundidos masivamente:

- Libro “VII Encuesta Nacional de Televisión”
- Presentación completa en Web Resultados Generales
- Presentación Web- Comparación Histórica Encuestas 1993-2011
- Informe Web - “Zoom a los hogares con menores de edad”.

Y los siguientes, de difusión segmentada: a la industria y medios de comunicación, universidades y expertos.

- Reuniones previas a la Encuesta con Directivos de canales de TV abierta y con Encargados de estudios de canales de TV abierta;
- Presentaciones de los resultados de la Encuesta a Directores de Canales de Televisión abierta, Ejecutivos de Canales de Pago; a la prensa (conferencia y entrevistas) y la radio (Radio Tierra y Radio U. de Chile)
- Reuniones y presentaciones: taller con Académicos y Expertos; Magíster en Comunicación, Universidad Diego Portales; Facultad de Comunicaciones, Universidad de los Andes; Facultad de Comunicaciones y Nuevas Tecnologías,

Universidad Mayor; Escuela de Periodismo, Universidad Diego Portales

b. En relación con estudios de opinión, audiencia y análisis de pantalla, fueron realizados:

- Encuesta Panel sobre Denuncias Ciudadanas
- Encuesta Telefónica Sobre Noticieros Televisivos
- Estudio Cualitativo “Regulación Televisiva y Audiencia”
- Análisis de Audiencia: Festival de Viña 2011
- Análisis de Pantalla: Noticieros Televisivos
- Programación Cultural: las nociones de niños y adolescentes

Fueron realizados los siguientes estudios bibliográficos y fuentes secundarias.

- “Dimensión Estadística del Género. Aportes al análisis en investigación de TV y Medios”
- “Preescolares y Televisión”
- “Una mirada a los Noticieros Televisivos”
- “Televisión Digital en Francia”
- “Televisión Digital en España”
- “Contenidos emergentes, escenarios convergentes”
- “Regulación de Televisión de Pago”

c. Actividades de difusión:

Organización

- Seminario Taller UC-CNTV: “El Futuro de los noticieros en la TV Digital”
- Presentación del experto español Ignacio Corrales (Vértice 360)

Organización y sistematización:

- Taller de Análisis: “¿Qué es Cultura en TV?”
- Reuniones de Análisis de la propuestas de Mesa de Ciudadanía y TV digital sobre Ley de TV digital

Presentaciones en seminarios:

- “Televisión digital, convergencia y calidad”. Universidad San Sebastián (Sede Puerto Montt)
- Primer Seminario Internacional de Formación de Audiencias: “Audiencias Televisivas y Participación”. GAM
- “Terremoto 2010, Efectos un año después”. Galería ex Macchina, UC.
- “Convergencia de medios y TV digital”. Universidad Diego Portales

#### Difusión interna: Informes y presentaciones a Consejeros

- Presentación “Propuestas relativas a la norma cultural”
- Presentación “Cultura en televisión”
- Presentación “Calidad televisiva”
- Informe “Contenidos emergentes, Escenarios convergentes”
- Informe “Regulación de servicios de televisión de pago”
- Informe “Preescolares y Televisión”

#### Reseñas de Estudios en Web para público masivo:

- Cultura en TV desde la ciudadanía
- Cobertura televisiva del terremoto desde la ciudadanía
- Mujeres y TV desde la sociedad
- Equipamiento medial de los hogares
- Noticiarios en TV desde la ciudadanía
- Reflejo de las sociedad chilena en TV desde la ciudadanía
- Programas juveniles en TV desde la ciudadanía
- Imagen de la mujeres en TV según niñas 8 - 10 años

#### d. Gestión de Redes: coordinación e intercambio

- Red de infancia
- Plataforma de Reguladores Iberoamericanos y administración del Portal
- Actividades de fomento a la investigación académica
- Actividades de fomento a la investigación en estudiantes
- Colaboración permanente con el INE para base de datos del Estado (sistema televisivo; consumo; equipamiento hogares)
- Intercambio y Participación en el *think tank* “Acción Audiovisual” de la Facultad de Comunicaciones UC
- Participación con la AMD (Asociación de Marketing Directo) en la elaboración del documento “Consumidores Emergentes”
- Observatorio de marcas. Centro de Innovación y Marketing. Universidad del Pacífico

En relación al Ejercicio 2012, señaló que la actividad del Departamento estará focalizada en la protección *al menor*, por lo que se procurará fomentar el debate sobre televisión en la sociedad, para contribuir al mejor resguardo de sus contenidos, en el marco normativo del CNTV.

Señaló como lineamientos estratégicos los siguientes:

- Entregar insumos al CNTV para su labor
- Producir, contextualizar y analizar datos y tendencias
- Rentabilizar la difusión de estudios por distintos medios y en distintos formatos

- Orientar el uso de datos y hallazgos CNTV por agentes externos
- Fomento de una masa crítica en tema de *Protección al Menor*

y respecto de las actividades principales a realizar, indicó:

en cuanto a su intencionalidad:

- la profundización y complemento de hallazgos logrados en 2011, sobre la relación que establecen los niños y adolescentes con la televisión y sobre los contenidos a que ellos se ven expuestos.

y a los desafíos a superar por su intermedio:

- la Identificación de los contenidos que resultan molestos, ofensivos o inapropiados para la formación de niños y adolescentes;
- la integración del CNTV en la discusión sobre formación valórica de los menores de edad;
- la consolidación del trabajo conjunto con otros Departamentos del CNTV;

y en cuanto a su naturaleza:

- Estudios de opinión (niños, padres, informantes clave)
- Análisis de Contenido de Pantalla ( programas infantiles, juveniles, de consumo infanto-juvenil)
- Estudios bibliográficos (políticas de fiscalización; circulación/fomento de contenidos; de calidad de contenidos)
- Difusión de conocimiento
- Gestión de redes

El Consejero Jaime Gazmuri felicita al Departamento de Estudios por la labor realizada y señala la necesidad de detectar, más allá de los recursos conocidos y ya utilizados de la ley, otros, si en ella existieren, cuya utilización permita impulsar con eficacia una mejoría en el nivel de los contenidos de la televisión.

Y formuló dos sugerencias: i) crear un observatorio, cuya función central sea verificar el cumplimiento del pluralismo y demás valores de la democracia en los contenidos emitidos por la televisión abierta; ii) procurar iniciar un debate público sobre la “*TV chatarra*”.

La Consejera María de los Ángeles Covarrubias indica que, el tema de la “*TV chatarra*” es ya de preocupación pública; y a título ejemplar señala que, él aparece mencionado en la reciente entrevista de prensa a Mario Kreutzberger; en lo demás, declara estar de acuerdo con las propuestas del Consejero Gazmuri.



El Consejero Arriagada señaló la conveniencia de conocer la forma en que la OFCOM y la FCC han enfrentado el fenómeno de la “TV basura”. Además, dice estimar deseable una discusión en la sociedad acerca del quantum de lo público y la regulación en la televisión.

El Consejero Andrés Egaña llama la atención acerca de los cambios que experimentan las carreras de periodismo y la necesidad de que el CNTV haga su contribución en los centros académicos, en que ella es impartida.

El Consejero Gastón Gómez opina que, el mercado no es *per se* dañino para la televisión; dice estimar que la crisis la tiene el CNTV, originada por la problemática eficacia de sus facultades. Respecto a las opiniones vertidas con anterioridad por los demás Consejeros, dice alegrarse de las concordancias que ellas manifiestan.

#### **E. Exposición de María de la Luz Savagnac, Jefa del Departamento de Fomento.**

La Jefa del Departamento de Fomento inició su exposición indicando como el objetivo del Fondo de Fomento: el *“Promover, financiar o subsidiar la producción, transmisión o difusión de programas de televisión de alto nivel cultural y/o de interés nacional o regional”*; y, acto seguido, señaló como lineamientos que deben respetar los proyectos que se presentan al concurso: *“Los valores morales y culturales propios de la Nación; La dignidad de las personas; La protección de la familia; El pluralismo; La paz; La protección del medio ambiente; .La formación espiritual e intelectual de la niñez y la juventud”*.

A continuación, desarrolló las características que deben poseer los proyectos pasibles de premiación en el concurso:

- a) Propuestas de programas de alto nivel cultural, entendiendo por tales 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, y/o su mejor comprensión del mundo natural o social.
- b) Proyectos que promuevan la tolerancia, la diversidad y el respeto a las distintas etnias y credos.
- c) Proyectos que promuevan la equidad de género y el trato igualitario entre los sexos.
- d) Proyectos que promuevan, incentiven y fomenten el emprendimiento.
- e) Proyectos que den cuenta de la historia de la vida pública de Chile y/o de la vida privada de los chilenos durante sus primeros dos siglos de vida independiente; o de la historia y vida de los pueblos de la región latinoamericana o iberoamericana.
- f) Proyectos que Inviten a la reflexión y/o hagan sentido al televidente, a su propia vida, a la historia vivida o pasada de personas, grupos humanos y naciones.

g) Proyectos que entreguen conocimientos y/o planteen problemáticas del país o región en que vivimos: desde sus características geográficas hasta sus manifestaciones sociales y culturales, elementos para reconocer la identidad de los pueblos, en su diversidad y cultura cívica.

h) Propuestas de programas de calidad, que usen con propiedad tanto el lenguaje televisivo en sus imágenes, como el lenguaje verbal utilizado en el programa.

i) *Proyectos* que tengan en cuenta la vocación masiva propia de la televisión de libre recepción, considerando las diferentes exigencias al respecto según formato, contenido, horario y otras variables.

j) *Proyectos* con estándares de producción y exhibición de calidad acordes a la televisión profesional en Chile y en el extranjero.

k) *Proyectos* que destaquen por la coherencia técnica y financiera entre su propuesta narrativa-audiovisual, y los recursos de producción y costos presupuestados.

Explicó que, los proyectos que superan la etapa de control de su factibilidad económica, son sometidos a una evaluación de su contenido y calidad artística, de conformidad a los siguientes ítems:

a) Interés de los contenidos y calidad artística.

b) Coherencia con los objetivos de la Ley y las políticas del *Consejo*.

c) Atractivo de la propuesta audiovisual.

d) Atractivo de la propuesta argumental.

e) Nivel de innovación.

f) Universalidad de los contenidos y potencial exportable.

g) Capacidad del equipo responsable.

h) Coherencia entre la duración total de la serie y sus objetivos.

Indicó que, para el Ejercicio 2012, las categorías o líneas concursables del Fondo CNTV son las siguientes:

1) Miniserie Histórica o Documentales Históricos Ficcionalizados

2) Ficción

3) No Ficción

4) Programas de procedencia e interés regional o local

5) Programas orientados al público infantil de 3 a 6 años

6) Programas orientados al público infantil de 6 a 12 años

- 7) Apoyo a nuevas temporadas de programas ya financiados por el *Fondo*
- 8) Apoyo a la difusión por televisión de documentales ya realizados
- 9) Microprogramas.
- 10) Telefilms.
- 11) Telenovelas.
- 12) Co-Producciones Internacionales.

A continuación explicó las definiciones de los géneros televisivos adoptadas en las Bases del Fondo-CNTV 2012.

**FICCIÓN:** se trata de obras (unitarias o series) cuyos guiones, incluso aquellos basados en hechos reales, no tienen la obligación ni el compromiso de ser verdaderos, y en los que se da existencia ideal a lo que realmente no la tiene.

Las series de ficción son particularmente teatralizadas: interpretadas por actores que representan personajes ficticios, en diferentes locaciones (estudio de TV o exteriores) especialmente ambientadas para la realización, y esto conlleva maquillaje, vestuario, y todo lo necesario para recrear el ambiente en el que sucede la acción.

Géneros: tragedia, comedia, épico y melodrama.

**NO FICCIÓN:** se trata de obras (unitarias o series) que no sólo tienen su origen en la realidad, sino que además adquieren el compromiso de decir la verdad al espectador. Por lo general los protagonistas son personas reales, que se representan a sí mismos y no a personajes ficticios.

Ejemplos: reportajes, documentales, concursos, programas de conversación, etcétera.

**DOCUMENTAL:** documento o registro audiovisual, que da cuenta de un momento, una situación o hechos, donde es relevante la perspectiva y/o punto de vista del autor. No es necesariamente contingente. La temática puede ser íntima, particular o social. La obra puede ser unitaria o una serie de documentales. Tiene múltiples aplicaciones: artístico, cultural, científico, conmemorativo, deportivo, histórico, político, religioso, de género, etc.

**REPORTAJE:** es la narración con carácter informativo y/o interpretativo de los antecedentes, circunstancias y consecuencias de un hecho o proceso noticioso, ya sea de actualidad o no. Su objetivo es indagar e investigar en los acontecimientos y los enfoques de los sujetos o hechos implicados en el reportaje. Un buen reportaje implica mostrar los diversos puntos de vista.

**SERIE:** espacios episódicos que se caracterizan por presentar a un protagonista o a un grupo de protagonistas que dan ilación y conexión a las distintas historias, manteniendo cada una de ellas una unidad argumental en sí misma, y con continuidad al menos temática entre los diferentes episodios que la integran.

Se caracterizan por desarrollarse en varios capítulos (por lo general no menos de 12) y puede ser en varias temporadas.

Se distinguen tres estructuras narrativas básicas: acción, drama y comedia.

**MINISERIE:** es una serie de pocos capítulos (generalmente entre 2 y 6).

**MINISERIE HISTÓRICA** (en el contexto del Fondo-CNTV): es una serie que rescata un período determinado de la historia de nuestro país (hechos y/o personajes de relevancia histórica). Estas series son teatralizadas, es decir, los actores interpretan personajes y requieren de ambientación, maquillaje, vestuario, utilería y todo lo necesario para recrear la época en que suceden los hechos.

En general pertenecen al género épico.

A diferencia de las series de ficción, una Miniserie Histórica se basa necesariamente en hechos reales y relevantes, y al menos algunos de los personajes, o su contexto, existen o existieron en la realidad.

**TELENOVELA:** es una serie de ficción de al menos 60 capítulos, (3 meses) que, por lo general, son emitidos de lunes a viernes, a lo largo de varios meses, y cuyo costo por capítulo es considerablemente más bajo que el de una serie o miniserie de menos capítulos. La duración por capítulo oscila entre los 30 y los 60 minutos.

Siempre es un melodrama: el protagonista o “personaje” es portador de los más nobles valores. El antagonista encarna el mal y fracasa. El relato se basa en un ser que busca y encuentra la felicidad. Hipótesis: El amor da seguridad. Misión: encontrar la felicidad y ésta, está encarnada en el amor.

Las Telenovelas cuentan con variados personajes /caracteres y la gente se reconoce en ellos.

**DOCUMENTAL HISTÓRICO FICCIONADO:** es un documental que contiene una cantidad importante de recreaciones de época (actores, locaciones, vestuario, maquillaje, peinados, etc.), pero que, además contiene otros materiales audiovisuales, por ejemplo, conductor en pantalla, entrevistas, registro de acciones reales, materiales de archivo, que pueden ser fotografías o cine, animaciones, gráficas, etc.

Ejemplos premiados por el Fondo-CNTV: "La Travesía de Darwin", "Epopéya, La Guerra del Pacífico“.

**TELEFILMS:** son proyectos que corresponden a un capítulo unitario. La duración no puede ser inferior a 50 minutos. Debe ser emitido completo y no puede ser dividido en 2 o más emisiones.

Si este *unitario* es estrenado en salas de cine (nacionales y/o internacionales), debe ser emitido en televisión abierta dentro de los 18 meses siguientes a este estreno, ya que el objetivo del Fondo, así asignado por ley al CNTV (artículo 12º, letra b) de la Ley N° 18.838), es promover, financiar o subsidiar la producción, transmisión o difusión de programas de televisión.

**MICROPROGRAMAS:** el objetivo es fomentar la producción y exhibición de micro espacios culturales, educativos y de bien social, que no ameriten tener la duración de un programa tradicional; son difíciles de programar hoy con una parrilla tan competitiva. En esta línea concursable caben campañas educativas sobre temas sociales, valóricos, de salud pública, culturales, ecológicas, de fomento a la lectura, al emprendimiento, a la iniciativa científica y artística.

A continuación, la señora Savagnac se refirió a la perceptible disparidad de criterios existente entre la industria televisiva y el CNTV:

CANALES	VS	CNTV
Consumidores		Televidentes
Productos		Programas
Rostros		Elenco
Proyecto competitivo		Proyecto de Calidad
Rentabilidad Económica		Rentabilidad Social

Acto seguido, la señora Savagnac procedió a comentar algunos géneros televisivos presentes en los proyectos concursados y premiados por el Fondo-CNTV y el comportamiento de la industria a su respecto.

#### **Miniserias Históricas.**

Dice que, con motivo de la celebración del Bicentenario, se vio mucho “*uniforme*”. Se destacó un interés por miniserias sobre personajes notables (épicas), privilegiando la cultura, que si bien no generan mucho *rating*, sí generan prestigio. Como ellas son de alto costo, se emiten con agrado si el CNTV contribuye substantivamente a su financiamiento.

- Miniserias de época - alto costo (“Adiós al Séptimo de Línea”)
- Miniserias “actuales”- costo inferior. (ex “27/02”, “No hay mal que por bien no venga”)

#### **Ficción.**

Gran interés: Series de acción, drama, suspenso, truculencia, sexo. Público adulto. Generan *rating*. Las audiencias (consumidores) ven estas series.

- CNTV: exige “*coherencia*” con la línea editorial del Consejo. Generan mucho trabajo a la industria independiente. Temáticas de la agenda nacional. Series familiares. Ejs.: “*Solita camino*”, “*Vida por vida*”, “*Amar y morir en Chile*”, “*Los archivos del Cardenal*”, etc.

#### **No Ficción.**

No hay interés de los Canales. No generan *rating*, no son competitivas, por lo tanto, no generan ingresos.

Según nuestros Estudios, el público televidente opina al respecto: “son programas que entregan algo; nos identifican; conocemos el país y viajamos; son culturales”.

Aportan contenidos de calidad. El año 2011, “¿Con qué sueñas?” ganó el EMMY Internacional, ‘*como mejor programa de TV para niños y jóvenes*’.

### **Regionales y locales.**

Son escasos los proyectos emitidos por canales de libre recepción nacional. Los Canales Regionales lo agradecen. La industria es emergente y en desarrollo.

Constituyen un incentivo al desarrollo de la industria audiovisual regional y local y, con ello, a la descentralización.

Promueven la diversidad de formatos y de contenidos.

### **Infantiles, de 3 a 6 años.**

Los canales de TV los estiman programas no rentables, de escasa sintonía, que no generan ingresos. Se emiten ya que los financia el CNTV. Los compran “*a bajo costo*” en el extranjero, cuando no se adquieren “*en paquete*” con series que sí son “*competitivas*”.

En la Industria, sucede que, muchas productoras nacionales (gracias al impulso del CNTV) realizan animaciones de nivel internacional. Ellas persisten en su empeño, ya que aman su profesión, están conscientes de sus capacidades propias y tienen conocimientos de la industria internacional.

Se ha llegado a considerar a la TV como la niñera de los niños sin acceso a TV de pago o al Cable. Es una categoría que se debería privilegiar.

### **Infantiles, de 6 a 12 años.**

Según los Canales y, atendido el hecho que se estima que los contenidos educativos e instructivos son entregados por el colegio y la familia, los programas para este tramo etario son considerados como de mera “*entretención*”; ellos sí que generan *rating* e ingresos; de allí el deseo que sus contenidos sean de distracción, fiesta y competencias. Se atribuye las animaciones sólo a “*los chicos*”.

Al respecto, se sugiere, Incentivar series para adolescentes y/o Tweens (8 a 13 años).

### **Apoyo a Nuevas Temporadas de programas ya financiados por el Fondo.**

No siempre cuentan con el apoyo de los Canales; depende de la Categoría o Formato del programa; si causó impacto (*rating & ingresos adicionales*) tienden a apoyarlo; en su defecto, lo liberan y el proyecto debe conseguir otro Canal, lo que dificulta su postulación, ya que los derechos muchas veces los mantiene el canal de origen.

Por su parte, en el Consejo crece una cierta reticencia a otorgar el apoyo para nuevas temporadas, pues se ha estimado que dicho apoyo debería ser entregado por los Canales.

Ahora bien, desde el punto de vista del fomento a la calidad, debe tenerse presente que, en un escenario de televisión tan competitiva, una temporada no es suficiente para generar un hábito, ni un lapso que justifique el desperdicio de una “*marca*”.

#### **Apoyo a la difusión por televisión de documentales ya realizados.**

Se trata de una programación que da un cierto prestigio “*cultural*” a los Canales. Su difusión representa también un apoyo a la Industria Audiovisual Independiente y una valoración positiva del género documental. Además, se trata de programas que les sirven de relleno a los Canales, por ejemplo, para las tardes de sábado y domingo.

#### **Microprogramas.**

En general, su inserción en la parrilla programática no es bien valorada, dado que se toman el espacio de los comerciales, que son la fuente de financiamiento de los Canales.

Sin embargo, espacios como “*El Ogro y el Pollo*” han terminado por ser aceptados y hoy son positivamente valorados debido a su impacto y a los premios nacionales e internacionales que han recibido.

Se debe tener presente que, los ‘*microprogramas*’ permiten entregar contenidos de calidad, en una parrilla que lucha despiadadamente por el *rating*. Además, sus contenidos y formatos resultan apropiados para ciertos nuevos soportes: web, celulares y futuros múltiples soportes digitales.

#### **Telefilms.**

Se trata de una línea concursable muy solicitada por los Canales, atendido el hecho de que hoy existe poca fidelidad de las audiencias. Son “*rentables*”. Cabe tener presente que, permanecen poco tiempo en pantalla si son “*muy culturales*”.

Entrañan una ventaja para los ‘*realizadores*’, puesto que facilitan su acceso a la ‘*pantalla grande*’, ya que hoy día, con las nuevas tecnologías, se puede hacer el *rodaje* y la *post-producción* con los mismos equipos técnicos y humanos.

Posibilitan al CNTV la entrega de contenidos de calidad, que son aceptados por los Canales, los que, a su vez, pueden emplearlos para cumplir con la Norma Cultural. En la práctica, la promoción de este género ha significado un apoyo al cine nacional con otros contenidos.

### **Telenovelas.**

Los Canales asumieron “probar” esta nueva línea concursable. Ello, no obstante ser las series latinoamericanas de muy bajo costo y generar rating e ingresos adicionales aceptables -“Mas, si el CNTV ayuda a financiar las telenovelas nacionales, participamos en la producción y las emitimos”-.

Para los realizadores nacionales la irrupción del género ha significado hacer pie en un espacio (horario) en pantalla donde se suponía que no tenían cabida; ello, además, crea fuentes laborales (ficción) para una enorme cantidad de gente del medio audiovisual.

Este género posibilita la entrega de contenidos locales (*identidad, lenguaje, costumbres, valores, etc.*) y, por su horario de emisión, la llegada a todo público (*grupo social, etario, económico*). Se puede sostener que, hoy la “ficción” es la forma más atractiva (según las audiencias) y eficaz para proveer a la pantalla de contenidos.

### **Coproducciones internacionales.**

Esta modalidad puede contribuir a superar la desventaja que entrañan sumadas nuestra pequeñez y lejanía como país. El cine chileno (2010) marcó una presencia constante en las más prestigiosas vitrinas del cine internacional. Las teleseries están saliendo al extranjero. Se está insertando la industria audiovisual nacional dentro del escenario internacional, con fuerza y a una velocidad creciente. Nuestras locaciones, la infraestructura vial y comunicacional y la estabilidad política y económica, posicionan a Chile entre los nuevos destinos para el desarrollo del cine, la publicidad y la televisión.

Lo anterior podría aminorar los efectos negativos que tiene el que los Canales se apropien de los derechos de los realizadores ganadores del Fondo-CNTV (en las postulaciones 2011, 10 proyectos se presentaron sin canal emisor).

Se debe tener presente que, el Consejo, a través del Fondo-CNTV tiene como misión, además de proveer a la TV nacional de programas de calidad, el intentar que muchas personas accedan a estos contenidos, por lo tanto *más es mejor*. Se aspira a que nuestros buenos productos televisivos sean conocidos también fuera de Chile.

### **F. Exposición de Verónica Silva, Jefa de la Unidad de Educación en Medios.**

La señora Silva inició su exposición explicando el objeto de la educación en medios, el cual sería: *“el conocer los códigos, estrategias, lenguajes y narrativas de la TV, para alcanzar la capacidad de analizarla de forma crítica y así poder aprobar o rechazar sus contenidos e interactuar con y participar en ella, de forma responsable, creativa y solidaria.”*

Señala que la Séptima Encuesta Nacional de Televisión arrojó como resultado que, la televisión está prácticamente en todos los hogares chilenos -2,7 televisores por hogar-.



Dice que, hoy los niños ya no ven TV sólo a través del aparato tradicional, pues se ha producido una diversificación de pantallas; así, ellos ven TV a través de distintas plataformas -teléfono móvil, internet-, lo cual aminora el control sobre los contenidos que ellos ven.

El promedio general de visionado de TV es de 3,30 horas diarias. El hecho de que los niños regresen a casa alrededor de las 16 Hrs. y pasen gran parte de su tiempo libre viendo TV, solos, sin la compañía de un adulto, genera un problema acerca de los contenidos que ellos consumen.

La Séptima Encuesta Nacional de Televisión indicó que, en TV abierta, los niños y niñas de entre 4 y 12 años de edad, vieron principalmente noticiarios (20,9 %), series y miniseries (18,3%), misceláneos (17,4%), telenovelas (16,1%), películas (9,1%), programas de conversación (7,1%), telerrealidad (4,7%), eventos (3,7%), reportajes (1,5%), documentales (0,6%), instruccional-formativo (0,3%) y videoclips (0,3%).

Atendida esa realidad, explica que, en el seno del CNTV se ha concebido la “*educación en medios*” como un complemento a la labor de regulación.

La *educación en medios* -‘EM’-se presenta como un complemento ordenado al fortalecimiento de la formación de una ciudadanía activa, crítica y responsable, que contribuya al logro de una televisión de calidad, respetuosa de la protección que el ordenamiento jurídico acuerda a la audiencia infantil, la dignidad de las personas, las diversidades cultural, étnica y religiosa, entre otros.

Así, y no en último término, se procura fomentar la mediación parental, de modo que los padres guíen el consumo mediático de sus hijos e hijas de manera informada, instruida y activa.

Cumplida una primera etapa de sensibilización con el tema durante el Ejercicio 2011, para el Ejercicio 2012 han sido establecidos los siguientes objetivos:

- Entregar herramientas de ‘EM’ al sector educativo, lo que se traducirá en “*prácticas de Educación en Medios*” para docentes y educadores, asociadas al currículum escolar
- Entregar herramientas a las familias, para desarrollar “*estrategias de Educación en Medios*” en el contexto familiar o espacio cotidiano de los niños y niñas.
- Contribuir a la formación inicial de *profesionales del periodismo y educadores*.

Y señala como ‘*herramientas de EM*’ en el sector educativo las siguientes:

**talleres:** para un universo de 1500 profesores, directivos y docentes; en todas las regiones del país; mediante la acción directa del CNTV, que procurará fomentar agentes multiplicadores, en un trabajo realizado en un esquema de red interinstitucional;

**material educativo:** confección de cinco guías relacionadas con objetivos de *aprendizaje transversal*.

Los objetivos del *aprendizaje transversal* -‘OAT’- son aquellos *contenidos-valores* que van más allá de las *materias* enseñadas en clase; el refuerzo de estos contenidos debe ser realizado mancomunadamente por la escuela y la familia.

Son, entre otros, objetivos del aprendizaje transversal:

- La *dimensión socio-cultural*: esto es, la capacidad de desarrollar estilos de convivencia social basados en el respeto por el otro, y la resolución pacífica de conflictos, así como el conocimiento y valoración del entorno social, de los grupos en los que los educandos se desenvuelven y del medioambiente;
- La *dimensión moral*: esto es, la capacidad de reconocer y respetar la diversidad cultural, religiosa y étnica y las ideas y creencias distintas de las propias en los espacios escolares, familiares y comunitarios, valorando el diálogo como fuente de crecimiento, superación de diferencias y acercamiento a la verdad;
- La *dimensión afectiva*: esto es, la adquisición de un sentido positivo ante la vida, una sana autoestima y confianza en sí mismo, basada en el conocimiento personal, tanto de sus potencialidades, como de sus limitaciones; el comprender y apreciar la importancia que tienen las dimensiones afectiva, espiritual, ética y social, para un sano desarrollo sexual.
- La *dimensión física*: esto es, el favorecer el desarrollo físico personal y el autocuidado, en el contexto de la valoración de la vida y el propio cuerpo, mediante hábitos de higiene, prevención de riesgos y hábitos de vida saludable; la práctica de una actividad física adecuada a sus intereses y aptitudes.

Y como **‘herramientas de mediación parental’** ordenadas a la integración de la **‘escuela’** y la **‘familia’**, en relación a los **‘OAT’**:

**talleres:** para un universo de 500 padres y apoderados, en todas las regiones del país; mediante la acción directa del CNTV, que procurará fomentar agentes multiplicadores, en un trabajo realizado en un esquema de red interinstitucional;

**material educativo:** confección de cartillas sobre *‘mediación parental’* y de cinco guías sobre *‘OAT’*, con actividades para la familia; difusión de la serie *“Los González”*.

Y en relación a la **'formación inicial de periodistas'**:

Un **ciclo exploratorio** sobre **'Educación en Medios: regulación, periodismo y sociedad'**, cuyo objetivo será *"contribuir a la formación inicial de profesionales en el ámbito de las comunicaciones en lo que respecta a la Educación en Medios, fomentando su rol social, desde el marco regulatorio del CNTV"*. Este ciclo se hará primeramente con la UNIACC, durante el primer semestre de 2012.

Los contenidos del ciclo exploratorio serán: i) funciones CNTV, regulación y normas legales; ii) género informativo y *'estudios CNTV'*; iii) informativo y normas TV; iv) informativo en situaciones de crisis; v) farándula; vi) informativo y audiencia infantil.

Además, se procurará un actuar sinérgico con los departamentos de Estudios, Supervisión y Jurídico.

El ciclo exploratorio será replicado en 2013 con otras escuelas de periodismo, para lo cual se procurará sensibilizarlas durante el segundo semestre de 2012.

Y en relación a la **'formación inicial de educadores'**:

Se promoverá en las universidades la inclusión de la *Educación en Medios* en sus prácticas educativas.

Se desarrollará, en conjunto con alguna universidad, un modelo de integración de la *Educación en Medios* en las escuelas de educación.

Se procurará la sensibilización de otras escuelas de educación respecto de la *Educación en Medios*.

Se levantó la Sesión a las 16:05 Hrs., habiéndose acordado previamente escuchar las exposiciones de don Luis Klenner y don Jorge Cruz en una próxima sesión.