



CONSEJO NACIONAL DE TELEVISION

FAIR PLAY

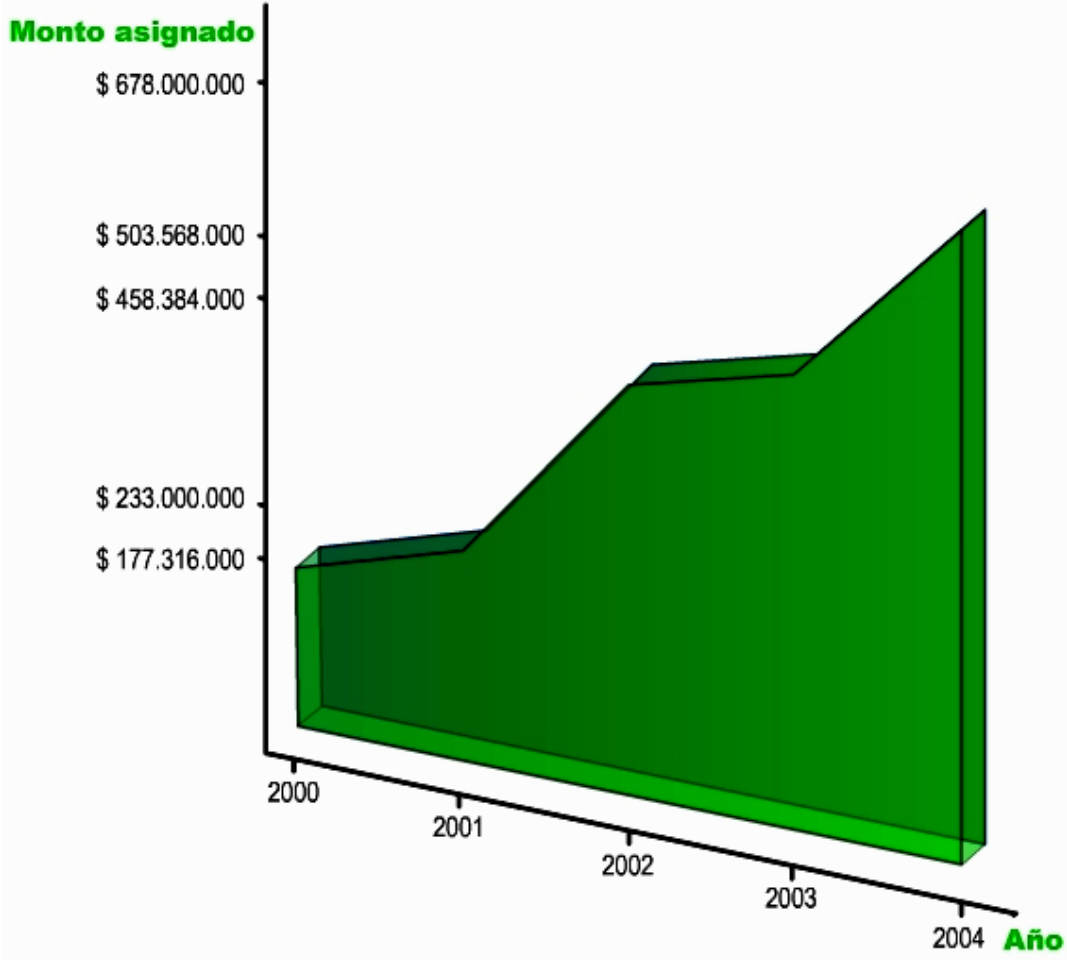
Responsabilidad de los avisadores en la calidad programática de la televisión.

Patricia Politzer

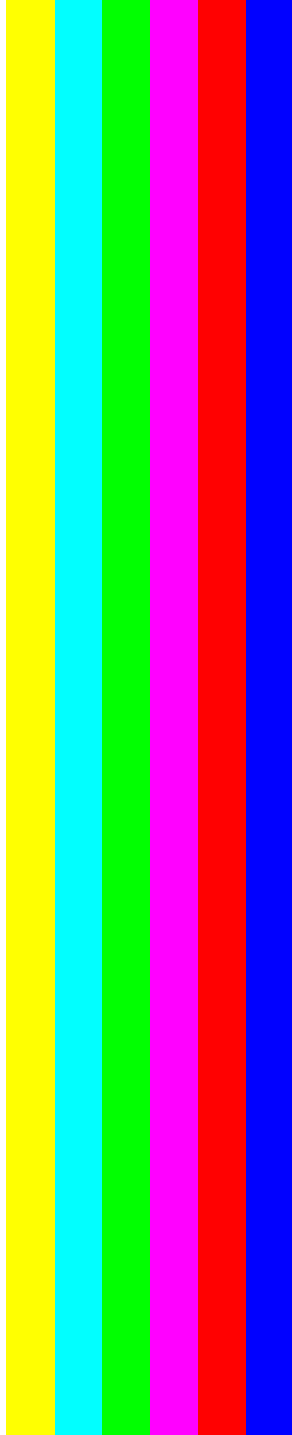
Consejo Nacional de Televisión

- Misión
- Objetivos
 - Televisión de calidad
 - Desarrollo industria audiovisual
 - Audiencia informada y crítica

Fondo - CNTV



CONSEJO NACIONAL DE TELEVISION



Algunos programas ganadores

- El Desquite
- Mampato y Ogú en Rapanui
- Viaje al Centro de la Música
- Espacios Infantiles tales como como:
 - Los vigías del Sur
 - Pinta Cuentos
 - La Tortuga Taruga
 - 31 Minutos

Algunos programas ganadores lo que viene ...

- Subterra
- Clarita
- ¿De dónde vienes?
- Heredia & Asociados
- I-Pop
- Mi mundo privado
- Justicia para todos
- Atlas de geografía humana

Calidad y rating no son incompatibles

- Segundas temporadas
- Primer Festival Iberoamericano de Televisión Infantil Prix Jeunesse 2003:
 - 40 años en Munich, Alemania
 - Chile sede iberoamericana 2003, 2005, 2007
 - 2003: 13 países, 41 finalistas, más de 450 participantes, 50 invitados internacionales

PRIX JEUNESSE IBEROAMERICANO 2003



1er Festival Iberoamericano de Televisión Infantil

Organizan:

cn TV
CONSEJO NACIONAL DE TELEVISION

FEDEPADRE

Auspician:

LIDER



Por una televisión de calidad para los niños, agradecemos a:

Ministerio de Educación, Unicef, Embajada de Canadá, Embajada de Alemania, Goethe Institut, Fundación Ford, Instituto de Estudios Medicales PUC, Fund TV Argentina, OGLACI SIONIS, One Hoyts, C.C. Estación Mapocho, Chilefilms, Ernst & Young, Cinematago, I. Municipalidad de Colina.

Produce:

CONCLAVE Producciones



Prix Jeunesse
Iberoamericano 2003

Santiago de Chile

27 al 30 de agosto de 2003

Informaciones: (56 2)235 6818 - (56 2)225 1469

Calidad y rating no son incompatibles

- Por los niños nos sumamos
- Programación infantil, una deuda pendiente

**¿ Quién tiene la responsabilidad:
Canales de TV, Productores
audiovisuales, Avisadores, Estado ?**

Un matrimonio indisoluble

- **Anda:** Asociación de avisadores en los medios de comunicación masivos
- **Televisión:** La mayor concentración de inversión publicitaria
- **Anda-Televisión:**

Somos el uno para el otro

Anda-Televisión

- Rating (medición post)
- La Oferta y la Demanda

¿ Tiene una oferta adecuada a los objetivos de su marca?

¿Sabía usted que..... ?

- Programación Infantil: 10% de la oferta total
- Inversión publicitaria anual en televisión:
USD 200 millones
- Inversión de productos infantiles en televisión:
12 % del total de la inversión publicitaria en televisión
- Inversión publicitaria de esos productos colocada en programas infantiles: 4% = sólo 1/3

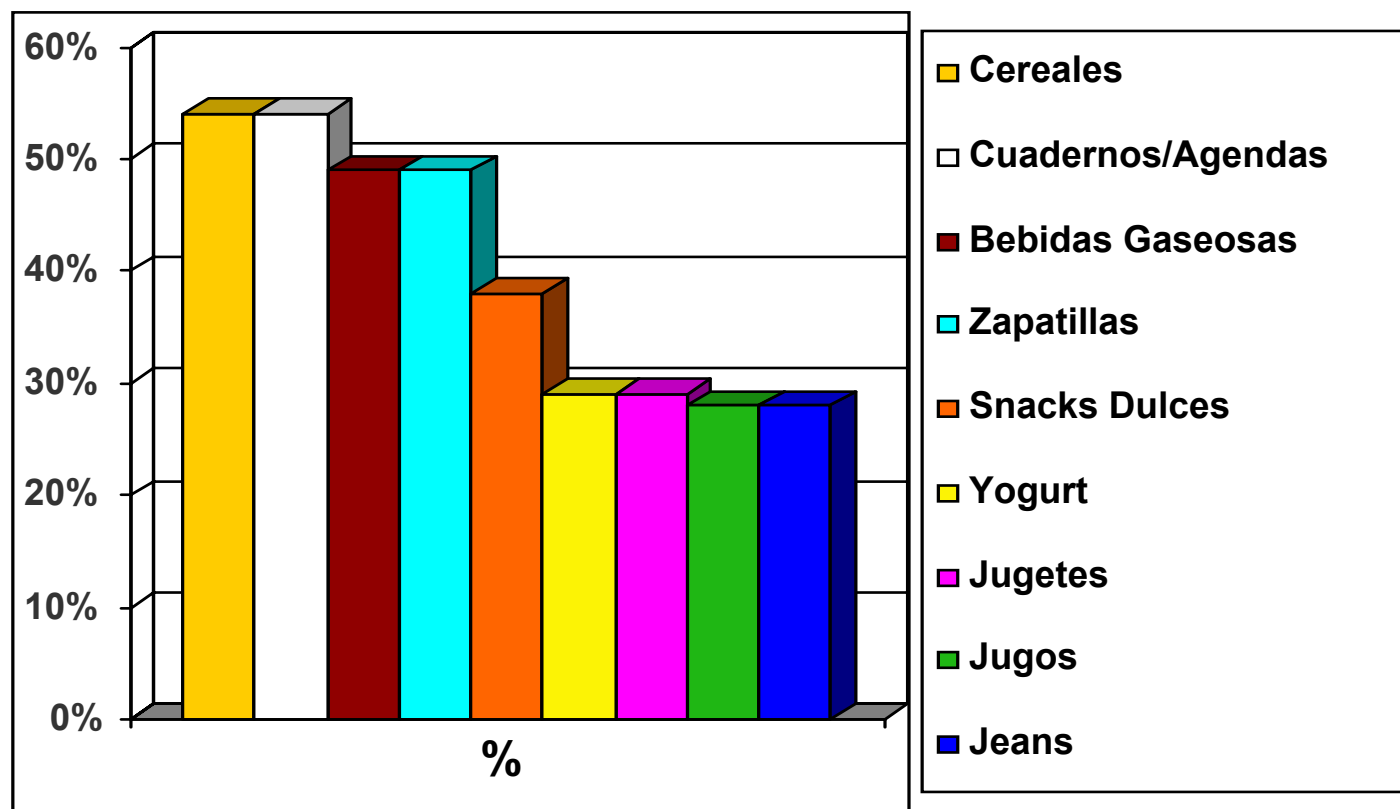
¿Qué programas de televisión se llevan los 2/3 restantes que pertenece a los niños?

¿De qué niños estamos hablando?

Los Tweens

- Informe 8/13 Tweens Chilenos (CNTV, McCann-Erickson, Research Chile)
- Hijos de la globalización
- 11% de la población: 1.700.000
- Consumo promedio diario: \$ 256
- Consumo anual acumulado: USD 150 millones
- 89 % de los padres de los Tweens declaran consultar con sus niños las compras de los productos dirigidos a ellos

¿ Su hijo le pide que le compre marcas de...?



Calidad y rating son compatibles

- Tweens:
Demanda poderosa-Oferta limitada-Avisaje escaso

Fallamos en la oferta televisiva

- El fenómeno se puede revertir:

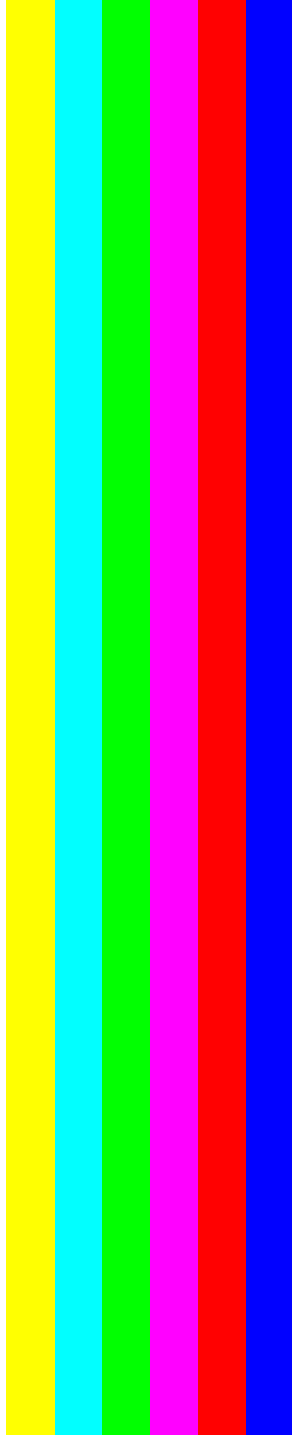
31 minutos

- Ganador Fondo-CNTV
- Exito de rating y marketing

Una propuesta decente

cnTV

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISION



Fondo ANDA-CNTV-ANATEL

- Fondo concursable para programas infantiles
- **ANDA:** Avisadores de productos para niños, aportan el 1% de su inversión total anual en televisión
- **CNTV:** Experiencia y transparencia en la gestión del concurso
- **ANATEL:** Canales aportan 2 segundos a cada avisador al final de su comercial, para exhibir un sello de compromiso con nuestros niños



Comprometido con una televisión
de calidad para los niños



Fondo
ANDA-CNTV-ANATEL

cnTV

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISION

Un Sello que imprime valor

Esta certificación de avisador comprometido genera:

- Fondo concursable para una programación infantil que hoy no existe
- Prestigio para mi marca
- Niños y padres, podrán discriminar entre las marcas que están con ellos y las que no

Todos ganan

Avisadores, canales de televisión, productores audiovisuales y fundamentalmente nuestros niños

La propuesta está lanzada



cnTV

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISION