

**FICHA DE DEFINICIONES ESTRATÉGICAS AÑO 2012-2014
(Formulario A1)**

MINISTERIO	MINISTERIO SECRETARIA GENERAL DE GOBIERNO	PARTIDA	20
SERVICIO	CONSEJO NACIONAL DE TELEVISION	CAPÍTULO	02

Ley orgánica o Decreto que la rige

Ley Orgánica Constitucional N°18.838, de 1989, modificada por la ley 19.131, de 1992, señala la composición, organización y demás funciones y atribuciones del Consejo.

Misión Institucional

Regular y fiscalizar el correcto funcionamiento de los servicios de televisión, como instancia de mediación entre el Estado, la industria televisiva y la ciudadanía, y contribuir a la formación de los televidentes, al fomento y la promoción de la actividad televisiva, a través de políticas públicas y programas que estén en sintonía con los cambios socioculturales, económicos y tecnológicos de acuerdo a las facultades establecidas en la Ley N°18.838 modificada por la Ley N°19.131.

Objetivos Relevantes del Ministerio

Número	Descripción
--------	-------------

Objetivos Estratégicos institucionales

Número	Descripción	Objetivos Relevantes del Ministerio vinculados	Productos Estratégicos vinculados
1	Ser el referente en materia televisiva, tecnológica y de comunicación audiovisual para los actores que participan del fenómeno televisivo produciendo, regulando, investigando, y/o consumiendo televisión, a través de la realización de estudios y evaluaciones nacionales, sistematización de experiencias internacionales y permanente contacto con la industria audiovisual y sus avances.		1,2,4,5,6
2	Promover el acceso de todos los/as chilenos/as a los servicios televisivos y a una mejor oferta de éstos, fomentando la programación de calidad, cultural y educativa, especialmente para el público infantil y familiar, y extendiendo la cobertura de televisión a grupos objetivos prioritarios, a través de los programas del CNTV.		3,4,5
3	Regular el correcto funcionamiento de los servicios televisivos mediante la fiscalización de los contenidos emitidos de la programación en televisión.		1,6
4	Contribuir a la formación de los televidentes como receptores responsables y opinantes de los contenidos televisivos a través de la educación de medios.		1,2,6

Productos Estratégicos (Bienes y/o servicios)

	Producto Estratégico	Descripción	Clientes	Aplica Gestión Territorial	Aplica Enfoque de Género
1	Supervisión de los Contenidos de televisión	Corresponde a la fiscalización de los contenidos de programas específicos de televisión abierta y televisión de pago (cable y satélite), por iniciativa propia o por denuncia de particulares.	1, 4, 6.	No	Si
2	Estudios sobre televisión	Corresponden, por una parte, a las investigaciones empíricas que permiten recolectar información acerca de la oferta televisiva (análisis de contenido de pantalla) y de las audiencias (estudios cualitativos y cuantitativos de opinión). Así también, a los estudios bibliográficos y de fuentes secundarias que sistematizan tendencias tecnológicas, regulatorias y del mercado de la televisión a nivel nacional e internacional.	1, 2, 3, 4, 6.	No	Si
3	Financiamiento de la instalación de antenas en zonas aisladas o fronterizas (Fondo de Antena)	Corresponde a un programa de fondos concursables para el financiamiento de proyectos de extensión de la televisión a zonas apartadas o aisladas del territorio nacional.	1, 4.	No	No
4	Programa de Televisión Educativa Novasur	Corresponde a la emisión de una señal de televisión con programación educativa y cultural para ser usada como un recurso pedagógico en el aula, que contribuya a mejorar la calidad y equidad de los aprendizajes.	5.	No	Si
5	Fondo de Fomento a la Calidad de la Televisión	Corresponde a un programa de fondos concursables para el financiamiento de proyectos de televisión que contribuyan a mejorar la calidad de la oferta de programación de la televisión abierta. El concurso se divide en las categorías que anualmente se acuerdan en	1, 6.	No	Si

Productos Estratégicos (Bienes y/o servicios)					
	Producto Estratégico	Descripción	Clientes	Aplica Gestión Territorial	Aplica Enfoque de Género
		las bases del concurso.			
6	Educación de Medios	Corresponde a todas las acciones de formación orientadas a comunidades educativas, organizaciones sociales y ciudadanía en general sobre materias televisivas, con el objetivo de fomentar una audiencia crítica, informada y responsable que contribuya a una televisión de calidad y fortalecer la mediación parental de modo que los padres guíen el consumo televisivo de sus hijos de manera activa en tanto hoy, niños y jóvenes, son consumidores/productores cotidianos de material audiovisual.	1, 3, 4, 5, 6, 7.	No	Si

	Clientes	Cuantificación
1	Industria televisiva	139
2	Centros de estudios nacionales	13
3	Medios de comunicación	59
4	Asociaciones y organizaciones civiles	22
5	Establecimientos educacionales (municipalizados, subvencionados y privados) y comunidad escolar correspondiente	10803
6	Opinión pública y telespectadores en general	15000000
7	Personas con discapacidad auditiva	292585