



**COMUNICACIÓN  
DE PROGRESO  
DE RESPONSABILIDAD  
SOCIAL EMPRESARIAL  
2010 - 2011**  
TELEVISORA NACIONAL, S.A.



## MENSAJE DEL GERENTE GENERAL



*El año 2010 queda marcado en la historia de Televisora Nacional, como el año en que nos comprometimos a consolidar nuestro esquema de trabajo dentro de los parámetros que establece la **Responsabilidad Social Empresarial**.*

Con esta iniciativa, no sólo nos comprometimos a implementar políticas y estrategias que nos llevarán a cumplir con los 10 Principios del Pacto Global que fortalecieran nuestros esfuerzos en el plano de Derechos Humanos, Estándares Laborales, Medioambiente, Transparencia y Anticorrupción, sino que estableció toda una estructura que benefició casi de manera instantánea las principales áreas de gestión integradas en los planos económico, social y ambiental.

Iniciamos nuestro proceso de cambio con la autoevaluación “INDICARSE”, establecida por la Red Centroamericana de Responsabilidad Social (RedCARSE) a la que pertenecemos como parte de SUMARSE (Organización de Responsabilidad Social en Panamá), que nos permitió tener un diagnóstico certero que nos llevó a establecer nuestro plan de trabajo más allá de la percepción o de una visión romántica de lo que debíamos hacer para realmente considerarnos una empresa socialmente responsable. Con esta herramienta, detectamos nuestras oportunidades de desarrollo tanto a lo interno como a lo externo de la empresa, que nos llevarán a visualizar la Responsabilidad Social Empresarial, como un concepto que va mucho más allá de solo implementar actividades en beneficio de los más necesitados de nuestra comunidad.

Los logros alcanzados en tan corto plazo nos han permitido fortalecer en algunos casos, y establecer en otros, vínculos nunca antes explorados bajo la perspectiva de Responsabilidad Social en nuestra esfera de influencia. Las alianzas que hemos establecido con organizaciones público – privadas, las estrategias a nivel interno y externo de nuestra empresa en materia de conservación de medioambiente, el establecimiento de estrategias internas que fortalecen nuestra gobernabilidad, la creación de campañas de comunicación con propósitos específicos que van desde impactar positivamente los valores sociales y familiares hasta defender el derecho a la libertad de expresión, los derechos del niño y la niña y la promoción de la Paz en nuestra sociedad, son algunos de nuestros más significativos objetivos alcanzados durante este primer año de gestión.

La creación de la Fundación Gente TVN & TVMAX es otro gran logro esquematizado dentro de nuestros parámetros de Responsabilidad Social Empresarial, que ahora nos permite canalizar casos de ayuda social a través de un modelo de acción de manera sostenible e independiente a la empresa.

Aún nos quedan muchos retos por delante, pero con la satisfacción de haber iniciado con buen pie este camino interminable por lograr la excelencia como una empresa comprometida con las buenas prácticas, reiteramos nuestro respaldo al Pacto Global de las Naciones Unidas y reafirmamos nuestro compromiso de velar por que se cumplan los 10 principios en nuestra empresa garantizando así el mejor ambiente para el desarrollo profesional de nuestros colaboradores, de sus familias y de nuestra sociedad.

**Luis Mouynes**

Gerente General  
Televisora Nacional, S.A.





Televisora Nacional, S.A. agrupa a



**1962** TVN inauguró su señal el 23 de abril de 1962

**2005** TVMAX pantalla hermana surge con PURA PASIÓN el 3 de abril de 2005.

**490** colaboradores **145** proveedores

G E N E R A L I D A D E S



## Cobertura Nacional

Datos extraídos del Censo Nacional 2010 de la Contraloría General de la Nación:

**745,311** televisores que representa el **81,4%** de todos los hogares de la República.

**1,614,000** es el universo representativo de IBOPE Panamá, que comprende las áreas Metropolitanas: Panamá, San Miguelito, Chorrera, Arraiján y Colón.

## Cantidad de Televidentes:

Hombres 18+	568,800
Mujeres 18+	596,600
Menores 3 a 17 años	446,100



## NUESTRA MISIÓN/ VISIÓN

*“Somos la primera opción para informar y entretener responsablemente a los panameños en todos lados, todos los días con lo mejor”*

## NUESTROS VALORES



## LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN TELEVISORA NACIONAL

El año 2010 marca el inicio de una nueva era dentro de TVN. Se establecen compromisos concretos enfocados en los conceptos de la Responsabilidad Social Empresarial que nos lleva a establecer planes de acción tanto a lo interno de la empresa y en nuestros colaboradores, como en nuestro rol de medio de comunicación masivo dispuesto a abrir el compás informativo y de entretenimiento para convertirnos en un ente orientador y promotor en materia de valores éticos y morales. Todo esto en medio de una grave crisis social que se vive no solo en nuestro país sino de manera globalizada.

Luego de un proceso interno, en el que se analizó nuestra razón de ser, nuestro rol dentro de la comunidad, el concepto de hacia dónde queremos ir, nuestra responsabilidad dentro de la comunidad en la que nos desarrollamos, y cómo nos visualizamos en el futuro, hemos logrado establecer nuestra Visión – Misión, hemos logrado implementar nuestros Valores Corporativos como clara evidencia del clima organizacional de Televisora Nacional y de la calidad de personas que debemos ser para conformar un equipo de clase mundial.

No cabe duda de que antes de 2010, TVN implementaba acciones de RSE de manera espontánea y natural, como parte de sus principios básicos de “siempre hacer lo correcto”, no obstante, hoy día podemos constatar que tenemos una plataforma cada vez más sólida, apoyada sobre una línea de base clara y definida que en un futuro próximo nos permitirá consolidarnos ante los ojos de nuestra sociedad y de nuestra esfera de influencia como un Ciudadano Corporativo Responsable.





**NUESTRAS ACCIONES  
DENTRO DE LOS 10 PRINCIPIOS  
DEL PACTO MUNDIAL  
DE LAS NACIONES UNIDAS**







## LAS EMPRESAS DEBEN APOYAR Y RESPETAR LA PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS PROCLAMADOS INTERNACIONALMENTE.

PRINCIPIO 1



### COMPROMISO

Televisora Nacional, S.A., se compromete a respetar y promover los derechos humanos, las libertades ciudadanas entre ellas la Declaración Universal de los Derechos Humanos, la libertad de expresión como principio fundamental para desarrollar nuestra labor de mantener informada a la ciudadanía con objetividad.







Como empresa formalmente constituida en Panamá y principalmente como medio de comunicación masivo, defendemos, divulgamos y promovemos la Declaración Universal de los Derechos Humanos, principalmente su artículo 19 cuyo enunciado se vincula directamente con nuestro trabajo y con nuestra razón de ser como empresa, que además es nuestro compromiso con la comunidad.

*Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión.*

PRINCIPIO 1



No obstante en Panamá se vive en democracia, los periodistas de diversos medios de comunicación, incluyendo periodistas de Televisora Nacional, han sido objeto de procesos judiciales por divulgar situaciones de corrupción y de dudosas prácticas de ciertos gobernantes en su momento.

Es por esto que Televisora Nacional entre las acciones más relevantes durante el 2010 y 2011, se lanza a las calles de la Ciudad Capital a protagonizar una manifestación pacífica en pro de la libertad de expresión y de nuestra libertad de informar a la opinión pública, en las escalinatas de la Corte Suprema de Justicia, haciendo un llamado a la sociedad en general y principalmente a las autoridades de gobierno, para dejar claro que protegeremos nuestro derecho a informar con libertad, respeto e independencia periodística, tal y como debe suceder en toda sociedad democrática.

La segunda, que está actualmente en vigencia, es una campaña institucional **“Basta Ya! Defendamos nuestra libertad de expresión... si me callan, te callan”** esta vez proijada por los principales medios de comunicación que han recibido ataques directos contra periodistas que en aras de informar y cuestionar las acciones de las personalidades públicas y de nuestros gobernantes, se convierten en víctimas de presiones que condicionan su integridad personal y periodística.



## LAS EMPRESAS DEBEN ASEGURARSE DE NO SER COMPLICES EN ABUSOS DE LOS DERECHOS HUMANOS

PRINCIPIO 2



### COMPROMISO

Nos comprometemos a tratar a nuestros colaboradores con justicia y equidad, brindándoles las oportunidades necesarias para que pueda crecer personal y profesionalmente, basándonos en la premisa de que el bienestar de nuestros trabajadores, es el bienestar de nuestra empresa. Así mismo, velamos en todo momento por denunciar a través de nuestros espacios informativos toda situación de abuso o injusticia social que pueda poner en peligro la igualdad de derechos y de oportunidades para todos los ciudadanos de nuestro país.







## TELEVISORA NACIONAL, S.A., A LO INTERNO DE LA EMPRESA, VELA POR EL BIENESTAR Y SEGURIDAD DE SUS COLABORADORES,

procurando mantener el mejor ambiente de trabajo, brindando oportunidades de desarrollo personal y profesional a sus colaboradores y asegurando un apoyo sustancial a los colaboradores en momentos de adversidad personal.

Se han establecido programas de becas de estudio, capacitación continua, así como jornadas de charlas de interés general que mantengan a nuestros colaboradores informados de los temas de actualidad.

Ferias de salud, jornadas de vacunación, programas de premiación e incentivo a los colaboradores que tienen ideas creativas o innovadoras para la ejecución de sus funciones, se convierten en un gran aliciente para crear un buen ambiente de trabajo.

## PRINCIPIO 2



Programa de revisión anual de la vista. Programa cubierto en su totalidad por la empresa para los colaboradores durante sus horas de trabajo mediante una revisión de la vista. Todo esto a través de una clínica móvil que se traslada hasta las instalaciones de la empresa para que los colaboradores no se tengan que movilizar de las instalaciones de la empresa.



Programa de Reconocimiento a Colaboradores por años de antigüedad.



Programa de Becas de estudio y capacitación profesional



Tenemos quiroprácticos masajistas que ofrecen servicio 3 veces por semana. Atienden por cita a los colaboradores. Esta es una de las actividades de mayor aceptación para los colaboradores para el manejo del estrés.



Jornadas de Vacunación para los colaboradores.



**En el plano externo,** como medio de comunicación masivo, tenemos la responsabilidad de mantener en nuestras pantallas de manera frecuente proyectos televisivos y campañas sociales, que coadyuven a crear conciencia de temas sociales que nos atañen como país. Panamá pertenece a la franja de países del tercer mundo, donde los niveles de cultura y educación necesitan un empuje adicional que es llevado en gran parte por los medios de comunicación que logran tener acceso a la mayoría de la población.

En ese sentido hemos desarrollado campañas y proyectos que exaltan las prácticas de ética y moral, educación, cultura, salud y conciencia social. En el período comprendido entre 2010 y 2011 mencionamos las más relevantes:

PRINCIPIO 2



## CAMPAÑAS Y ACTIVIDADES DIRIGIDAS A LOS SEGMENTOS MÁS VULNERABLES DE LA POBLACIÓN PANAMEÑA:

### CAMPAÑA APRENDE CONMIGO (Alianza Público-Privada)

Con el propósito de proveer de útiles escolares a niños de áreas comarcales y en riesgo social. Con este esfuerzo se busca disminuir el nivel de deserción escolar por falta de útiles y recursos.

#### AÑO 2009 OBJETIVO

La recolección de útiles escolares para hacer llegar a los niños de las escuelas que fueron afectadas por las inundaciones en las Provincias de Bocas del Toro.



#### META ALCANZADA

- 3,000 mochilas con útiles escolares.
- 500 libros, botas de caucho, uniformes y capotes.





## RECOLECCIÓN DE ÚTILES ESCOLARES

### AÑO 2010 OBJETIVO

La recolección de útiles escolares para hacer llegar a los niños de las escuelas del área de la Comarca Nobe Bugle y San Miguelito.

### META ALCANZADA

- I Entrega de Donaciones “Comarca Nobe Bugle”
- Centro Educativo Alto Caballero donde se hizo la entrega de 1,000 mochilas con útiles escolares más donaciones de libros para la creación de una biblioteca.
- II Entrega de Donaciones “Samaria San Miguelito”
- Centro Educativo Don Bosco Samaria donde se entregaron más de 500 libros para la Biblioteca, 2,000 cuadernos, 1,000 plumas y gracias al aporte de Tetrapak 18 computadoras para su centro de Cómputo, Del Monte y Pascual repartieron bebidas y galletas.

PRINCIPIO 2



## LECHETON 20-30

Colecta Nacional de leche que lleva realizando el Club Activo 20-30 de Panamá con Tetrapak empresa regional productora de envases de leche y jugos.

Por primera vez en 2011 se unió TVN y TVMAX, ofreciendo el apoyo de divulgación y promoción masiva que logró recaudar más de 150,000 litros de leche, rompiendo el record de recolección que hasta este año había sido de un máximo de 60,000 litros de leche. Durante 4 días de recolección programados, se realizaron 6 pases en vivo diarios de 2 minutos cada uno, con nuestra unidad móvil de Noticias desde los puntos de recolección, además de reportajes y noticias sobre la actividad en las dos ediciones diarias de Noticias de fin de semana.

Con esta campaña de LECHETON se logró beneficiar a más de 100,000 personas entre niños de 2 a 12 años y adultos mayores y ancianos distribuidos entre más de 100 centros escolares, nutricionales, instituciones sin fines de lucro, orfanatos, hospitales y comedores infantiles del país.







## CAMINATA RELEVO POR LA VIDA DE FANLYC

En apoyo a la Fundación de Amigos de Niños con Leucemia y Cáncer, seleccionamos un niño o niña de esta fundación que se convierte en el ahijado de TVN y TVMAX, se le invitó para que conociera las instalaciones de TVN, y le ofrecimos una tarde de mucha diversión, regalos y sorpresas. Todo esto en el marco de la Caminata Relevo por la Vida con el propósito de recaudar fondos para esta fundación que ayuda a niños enfermitos de escasos recursos y a sus familias.

## REGALATÓN DE SONRISAS EN NAVIDAD DE TVN Y EL COSTO

### MILES DE SONRISAS PARA NIÑOS DE ESCASOS RECURSOS

Desde los primeros días del mes de diciembre de 2010, Gente TVN & TV MAX junto con El Costo una de las tiendas por departamentos más grande de Panamá, iniciamos la entrega de 25,000 juguetes a niños de escasos recursos de diversas áreas del país regalando muchas sonrisas. Se realizaron 26 entregas desde Chiriquí hasta Darién. Se trataba de regalos que llegaban a los niños más necesitados, producto de la venta de juguetes en El Costo en época navideña.

En todas estas entregas estuvimos acompañados por colaboradores de nuestra empresa y por Fundaciones, ONG's y clubes cívicos quienes han sido los enlaces para llegar a estos niños de edades entre los 3 meses a los 12 años y llevarles todo el espíritu de la navidad.



PRINCIPIO 2





## APOYO A LA CAMPAÑA DE LA CINTA ROSADA POR LA PREVENCIÓN DEL CANCER DE SENOS.

En colaboración con FUNDACÁNCER ya se ha convertido en una tradición para la Gente TVN y TVMAX, durante el mes de octubre de cada año, llevar un mensaje de esperanza y una canción de fe, a los pacientes del Hospital Oncológico quienes reciben con mucho entusiasmo una serenata llena de buenos momentos y solidaridad humana.

## CAMPAÑA DE LA CINTA ROSADA PARA TELEVISIÓN.

Cada año en el mes de octubre desarrollamos una campaña de concienciación sobre la detección temprana como mejor herramienta para vencer al cáncer, a través del examen médico anual y el auto examen de control. La campaña se desarrolló con el testimonio de presentadoras de televisión y algunas sobrevivientes de cáncer de seno, entre ellas nuestra compañera y colaboradora de TVN, Ana de Vallarino que con su entusiasmo y determinación es testimonio de vida.

PRINCIPIO 2







## CAMPAÑAS Y PROYECTOS DE BENEFICIO SOCIAL

### “Saca Tarjeta Roja a la Violencia”

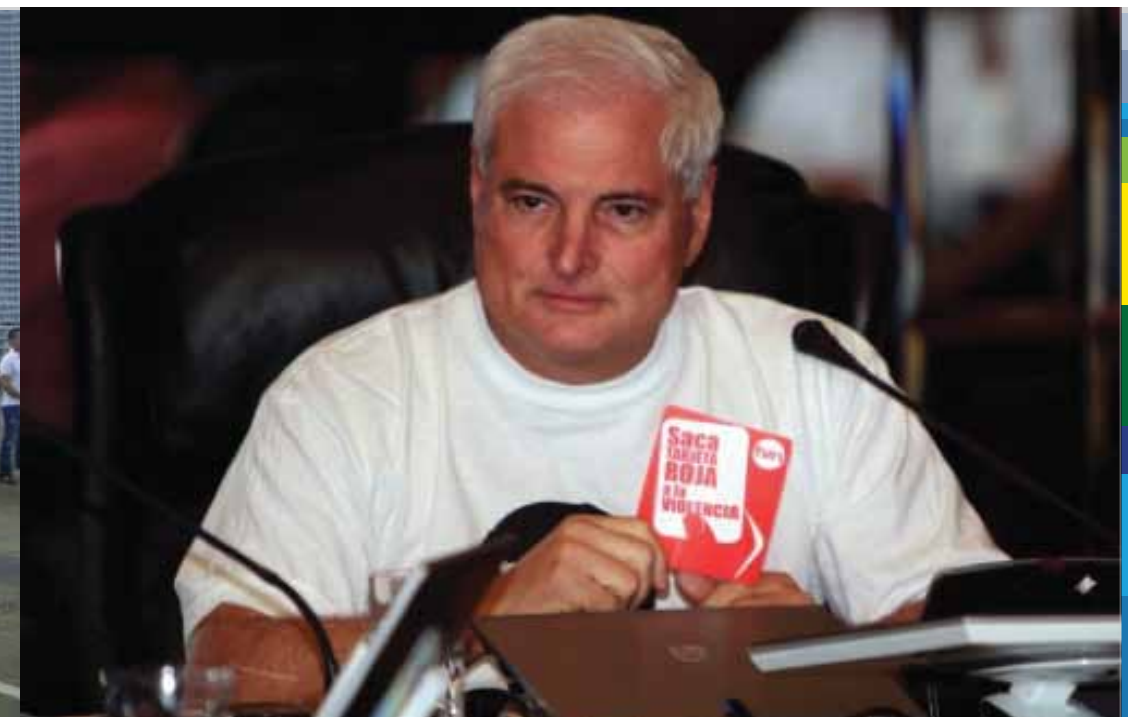
A inicios de 2010, debido al alto contenido de violencia e inseguridad en nuestras calles, salieron varios movimientos y organizaciones cívicas haciendo un llamado urgente a la paz.

Televisora Nacional en apoyo a esta campaña, hace un llamado a la conciencia social que propiciara un alto a la violencia y al pandillerismo. De esta forma, saca al aire la campaña “Saca tarjeta Roja a la Violencia” aprovechando el furor del fútbol, deporte con el que se identifica toda la población. Esta campaña representó a TVN en la Gran Marcha por la Seguridad Ciudadana que convocó a varios miles de ciudadanos que clamaban por la paz, la seguridad y el respeto a la vida humana.

La ocasión fue propicia para distribuir miles de tarjetas rojas con un mensaje de reflexión social, al tiempo que logramos una participación masiva de nuestros colaboradores en esta gran caminata por la paz.



PRINCIPIO 2



Presidente de Panamá, Ricardo Martinelli, durante una reunión de Gabinete en la Presidencia de la República.





## GRAN CONCIERTO POR LA PAZ

TVN también apoyo otra de las grandes actividades por la paz y la seguridad ciudadana. Un concierto musical al aire libre con la participación de más de 5,000 personas y que agrupó a los más renombrados artistas nacionales haciendo un llamado a la paz. TVN aprovechó la oportunidad para transmitir este concierto a nivel nacional y a la vez hacer pases en vivo con el apoyo de TVN Noticias con entrevistas en vivo y reportajes sobre el tema.

PRINCIPIO 2



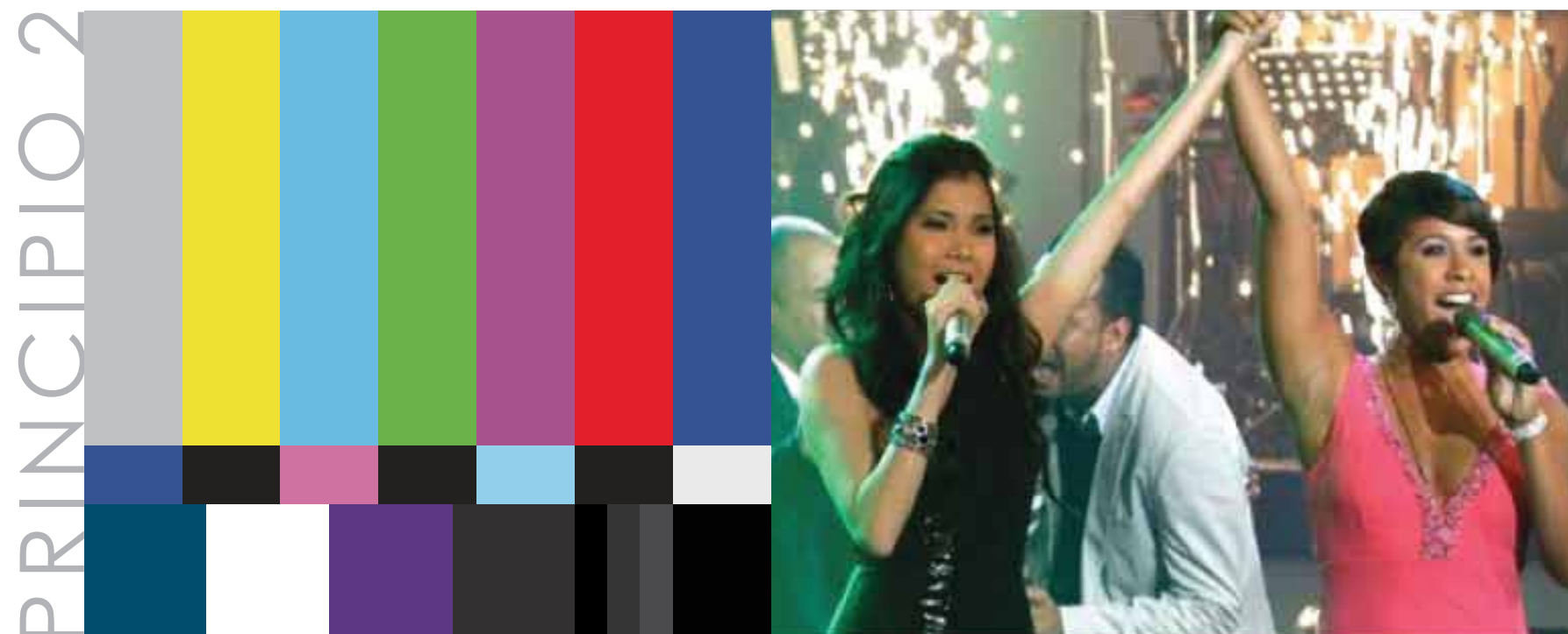
Las campañas sociales desarrolladas durante el período 2010 – 2011, mantienen el concepto de “SACA TARJETA ROJA A LA VIOLENCIA” abarcando 4 ejes principales: Violencia contra la mujer, Erradicación del trabajo infantil, No al manejo irresponsable (debido a la alta incidencia de muertes producto de accidente automovilístico) y No a la contaminación ambiental.

Una campaña genérica que luego se desarrolló por tema en períodos específicos durante todo el año.

## CAMPAÑAS SOCIALES DESARROLLADAS EN TELEVISION DURANTE 2010 - 2011:

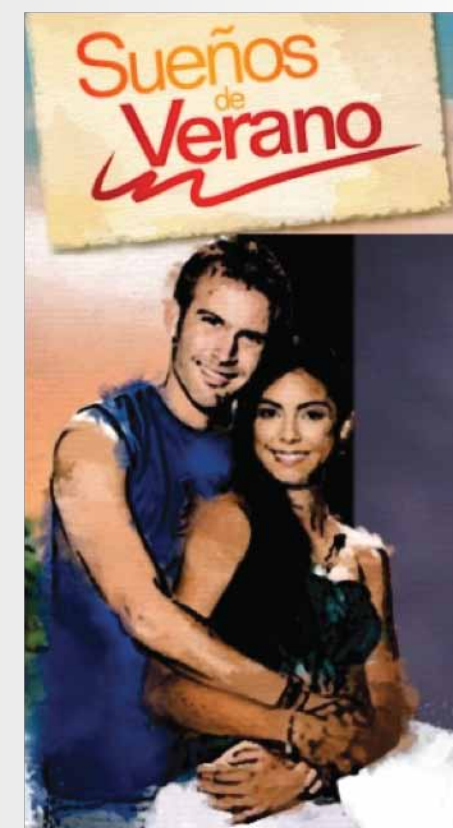
- CAMPAÑA PARA RESALTAR LOS VALORES MORALES
- CAMPAÑA PARA LA ERRADICACIÓN DEL TRABAJO INFANTIL EN ALIANZA ESTRATÉGICA CON CASA ESPERANZA.
- CAMPAÑA PARA LA LUCHA CONTRA EL VIH-SIDA EN ALIANZA ESTRATÉGICA CON PROBIDSIDA
- CAMPAÑA DEL DÍA DEL NIÑO BASADA EN LOS DERECHOS UNIVERSALES DEL NIÑO.
- CAMPAÑA PARA EL MANEJO RESPONSABLE.
- CAMPAÑA SOCIAL CONTRA LA VIOLENCIA.
- CAMPAÑA AUDIOVISUAL SOBRE EL DÍA DE LA TIERRA
- CAMPAÑA DE CONSERVACIÓN DEL MEDIOAMBIENTE
- TU PAPEL CUENTA: EN ALIANZA CON TETRAPAK A BENEFICIO DE ANCÓN
- CAMPAÑA DE RECOLECCIÓN DE DESECHOS ELECTRÓNICOS: EN ALIANZA CON RECIMAX. TODO LO RECAUDADO SE INVIERTE EN LA FUNDACIÓN GENTE TVN Y TVMAX PARA REALIZAR OBRAS SOCIALES EN BENEFICIO DE LOS MÁS NECESITADOS.

## PROYECTOS ESPECIALES DE PRODUCCIÓN NACIONAL



*Televisora Nacional, se ha consagrado como el Canal de Televisión No.1 en producción nacional, exaltando no sólo la cultura panameña, sino los valores humanos y el talento juvenil que ha dado a conocer a quienes se han consagrado como verdaderos artistas de calidad de exportación. Todo esto sin dejar de mencionar que los presupuestos de producción representan una considerable inversión para la economía del país.*

*Entre nuestros mega proyectos de producción nacional se encuentran:*



### Teleserie Sueños de Verano

Al inicio del año se puso en práctica un proyecto con una inversión de más de 1 millón de dólares. Se trata de la serie de corte familiar en el que se resaltó el talento de actores y cantantes panameños en esta superproducción, donde se puso en evidencia la confianza que tiene TVN en la producción y el talento nacional que incluyó la capacitación de alto nivel de todo el personal tanto técnico como artístico.



## Canta Conmigo



Por tercer año consecutivo, se presentó con gran éxito un programa que exalta el talento infantil sorprendiendo a grandes y chicos en un horario totalmente familiar a nivel de pantalla. A lo interno del concurso, la convivencia entre los niños participantes propicia el desarrollo de sus valores morales, la disciplina, la constancia, la sana competencia y principalmente el aprender a aceptar que no siempre se gana y cómo manejarlo. Además de los asesores artísticos de canto, baile y proyección escénica, contaron con una psicóloga de planta que los ayudó a manejar el estrés y sus diferentes emociones según el desenvolvimiento del concurso.

## Muévelo



Otro de los mega proyectos en los que invierte TVN, dirigido a jóvenes con un alto nivel de excelencia en el baile donde tienen la oportunidad de alejarse de los peligros de la calle, canalizando su potencial creativo, su talento y su energía a través de un lenguaje de ritmo y movimiento. Una gran oportunidad para expresarse a través de la danza.

## Mi PAPÁ es mejor que tu PAPÁ



Un programa de corte de entretenimiento, en el que participan familias enteras compitiendo por un gran premio. Es una gran experiencia para los participantes que logra la compenetración entre las familias participantes, el trabajo en equipo, la sana competencia y un derroche de diversión entre los participantes y los televidentes.

## El Reto de Trovadores



Otro mega proyecto que exacta una tradición muy panameña que maravilla a propios y extraños. Se trata del canto con versos en décimas. Es un concurso que requiere de la destreza y agilidad mental de los participantes que comúnmente desarrollan este talento desde pequeño ya que requiere de mucha práctica. No sólo debe tener la habilidad para la música sino que el canto en décimas, sino que el canto en décimas debe ser improvisado y con una rima perfecta.

## Vive la Música



La pantalla panameña se vistió de música y talento con esta súper producción en Panamá. Vive la Música es una competencia bajo el formato de reality show que se ha convertido en el trampolín más importante para el lanzamiento de nuevos artistas en nuestro país. El concursante que llega a ganar Vive la Música tiene las puertas abiertas para iniciar una carrera musical con el cariño y la aceptación del público panameño. Es una oportunidad para cambiar su vida y dedicarla a la música profesional.

## DOCUMENTAL PARA LA TELEVISIÓN: HIJOS DE PAZ en un barrio de guerra.



Televisora Nacional S.A. consciente de su rol como medio de comunicación responsable, comprometido con informar y divulgar siempre la verdad, decidió llegar hasta las entrañas mismas de las pandillas y la marginación a través de tres historias de la vida real.

Este documental es el resultado de 5 meses de investigación y producción para televisión con los más altos estándares de calidad, como una contribución a nuestra sociedad preocupada por la violencia y la proliferación de las pandillas en nuestro país. Es una clara evidencia de cómo se forman las bandas organizadas y por qué.

Pero también, es testimonio vivo de que hay esperanzas, hay una forma de llevar una vida honrada; hay una oportunidad; es prueba fehaciente de que no todo está perdido...hasta para aquellos que han llegado a tocar fondo y que hoy con la frente en alto se consagran como... HIJOS DE PAZ en un barrio de guerra!



## Héroes por Panamá



(Un programa especial de Televisora Nacional, con el apoyo de clientes anunciantes)

Un programa especial sin precedentes en Panamá, que se transmitió en vivo desde el Teatro Nacional. Una ceremonia que premia la labor de entrega al prójimo con 10 historias de personas que dan su tiempo, sus conocimientos, paciencia y energía para mejorar la calidad de vida de aquellos menos afortunados por medio de organizaciones sin fines de lucro que dirigen.

La idea principal, fue la de exponer ante la faz del país el trabajo desinteresado que realizan aquellos Héroes anónimos que merecen el reconocimiento y el respeto a nivel nacional.

## Programas de Producción Nacional Con Contenido Positivo

### Hecho en Panamá



Más que un programa de entretenimiento familiar, se ha convertido en un compromiso con la cultura y las tradiciones panameñas que ya tiene 20 años ininterrumpidos de estar al aire. Es la manera en la que a través de nuestra pantalla mantenemos vivo el amor por las raíces y las costumbres populares panameña. Es una manera efectiva, sana y entretenida de transmitir nuestra herencia cultural de generación en generación.

### Buenos Días



Es un programa familiar con componentes de educación, orientación y sano esparcimiento en un ambiente alegre y divertido. Inicia diariamente con mensajes positivos llenando la pantalla de 2 horas diarias de mucha información de actualidad. Luego de su estreno a inicios de 2011 ya se ha posicionado como el programa matutino favorito de la audiencia panameña por excelencia.





## Buenos Días Kids!



De un formato revista de tanta aceptación como Buenos Días, tenía que surgir la idea de llegar a los más pequeños de la casa. Un programa de niños para niños! Con segmentos, juegos e información que les interesa, planteando situaciones de la vida real y cómo resolverlas de manera positiva, resaltando los valores morales, las buenas costumbres y desarrollando una conciencia verde para contribuir al desarrollo de los buenos hombres y mujeres del mañana.

## Canas al Aire



Dirigido al segmento de la tercera edad en el que se resaltan las habilidades de estos dos personajes, modelos ejemplares de los 60+, que demuestran que la edad no es impedimento para aprender y vivir nuevas experiencias. Un gran mensaje y un gran incentivo que demuestra que se puede ir más allá de lo que “supuestamente por la edad no se puede hacer”.

## Noticias



Dentro de su espacio noticioso, transmitiendo noticias de actualidad en el plano político, económico y social; mantiene segmentos que resaltan los mensajes positivos como **HÉROES** que destaca la labor que realizan ciertas personas con el propósito de ayudar desinteresadamente a quienes más necesitan, elevando su calidad de vida de alguna manera.

**La Buena Noticia del Día:** Es un segmento diario en nuestros noticieros que resalta alguna noticia con mensaje positivo o un ejemplo digno de imitar durante el día y que merezca ser expuesta ante la teleaudiencia panameña como “la buena noticia del día” que refuerza los valores positivos y las buenas acciones que realizan personas individuales, organizaciones, gremios y empresas para contribuir a las causas positivas como sociedad.





## Tvn Investiga

Un especial que desarrolla el equipo de TVN Noticias, para presentar a la opinión pública panameña investigaciones profundas y detalladas sobre temas de interés para la ciudadanía donde muchas veces se va más allá de la noticia para presentar la verdad y se permita a la teleaudiencia panameña tener mayor conocimiento de causa para evaluar y criticar.



## Pantalla TVMAX: Minuto Final



Un programa de deportes diario donde se destacan las mejores jugadas y los deportistas que dan el todo por el todo en la cancha. Esta programación es un gran ejemplo para la niñez y la juventud que ve en la práctica del deporte un gran incentivo para alejarse de los peligros de la calle.

*Con su slogan, Pura pasión en Deportes, TVMAX transmite los campeonatos más importantes del país y el mundo, los que, sobre todo en el plano nacional, refuerzan la nacionalidad y une a todo un país con actividades positivas.*

**Algunas de las transmisiones más importantes de TVMAX en este período 2010 – 2011 son:**

- Campeonato nacional de beisbol juvenil
- Campeonato nacional la mayor
- Campeonato de fútbol de la UNCAF que se realizó en Panamá, La copa de naciones.
- Liga Panameña de Fútbol...Donde Nacen Los Campeones.
- Mundial sub 17
- Mundial sub 20
- Copa de Oro. No solo se realizó la cobertura sino que se montó una campaña promocional que apeló a reforzar nuestra nacionalidad. Todo el país unido por una marea roja.
- Beisbol Max, Noche de Campeones, Gol Max.

## LA FUNDACIÓN GENTE TVN Y TVMAX

PRINCIPIO 2



La niña Camile de León de 12 años de edad, es recibida en el set del programa matutino Buenos Días por el presentador Andrés Morales, el día que recibió la donación para poder viajar a Estados Unidos a recibir tratamientos especializados. Camille enfrenta Anemia Hemolítica Autoinmune, Hepatitis Autoinmune, tiroiditis autoinmune y a la enfermedad mixta del tejido conectivo; enfermedades que solo padece 1 de cada 10,000 mujeres de 16 años en adelante. La primera donación realizada por la Fundación Gente TVN y TVMAX, se realizó para cubrir parte de sus gastos médicos en New Jersey, Estados Unidos, donde recibirá el tratamiento médico.



El equipo de **TVMax** compuesto por los presentadores Johnny Mosquera y Massiel Mas, junto al Lobo Max y el productor Danny Quintero del programa Minuto final, entregan una donación especial al niño René Forde de 11 años de edad deportista panameño de la Academia Panamá Fútbol Club, que acompañado de su mamá recibe la buena noticia de que tendrá un pasaje ida y vuelta a Brasil para cumplir su gran sueño de recibir un entrenamiento de fútbol en una escuela especializada.



**Dentro del esquema de la Fundación Gente TVN y TVMAX, se ha establecido de una manera más formal y comprometida el VOLUNTARIADO CORPORATIVO.**

PRINCIPIO 2



## **ASISTENCIA A DAMNIFICADOS DE INUNDACIONES**

La primera gran actividad se dio para apoyar a los damnificados de las terribles inundaciones de diciembre de 2010 en las áreas del Distrito de Chepo, en la Provincia de Panamá, y en comunidades de las provincias de Darién y Colón.

Por la magnitud de los desastres y las necesidades que presentaron miles de damnificados, se hizo un llamado a la comunidad en general a través de nuestras pantallas de televisión para recibir donaciones de ropa, alimentos secos, artículos de aseo y de primera necesidad.

El centro de acopio: Las instalaciones de Televisora Nacional.

La solidaridad del pueblo panameño no se hizo esperar ante el llamado de TVN NOTICIAS y en pocos días teníamos en nuestros predios verdaderos depósitos de enseres que programamos para entregar a los lugares afectados con el apoyo de la Gerencia General y de nuestros colaboradores voluntarios.

Durante el 2011, el Voluntariado Corporativo de Gente TVN y TVMAX se ha ido consolidando a través de la realización de actividades con ONG's seleccionadas por los colaboradores y sus diferentes áreas de trabajo. De esta manera mencionamos las siguientes:

PRINCIPIO 2



## FUNDACIÓN DIVINO NIÑO

Alberga niños y niñas en estado de abandono o que han sufrido de violencia familiar. - **DIRECCIÓN DE FINANZAS Y DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS Y ADMINISTRACIÓN.**



## HOGAR MARÍA GUADALUPE

Refugio para adolescentes embarazadas y sus bebés recién nacidos que no tienen el apoyo de sus familias – **DIRECCIÓN DE INGENIERÍA Y OPERACIONES.**



## FUNDACIÓN JESÚS LUZ DE OPORTUNIDADES

Dirigen comedores infantiles de áreas rojas. Trabajan con niños en riesgo de pertenecer a pandillas o que tienen familiares miembros de pandillas para evitar que se involucren con la delincuencia y la violencia. – **LLEVADO POR EL DEPARTAMENTO DE NOTICIAS-** a una obra de teatro musical panameña cuyo mensaje principal iba dirigido a la niñez para que aprendiera a valorar y admirar nuestras leyendas y costumbres tradicionales. Para la mayoría de estos niños y niñas, esta fue la primera vez en sus vidas que asistían a una obra de teatro.



# ALIANZAS CON ORGANIZACIONES INTERNACIONALES

PRINCIPIO 2



## CONVENIO ARMANDO PAZ ENTRE TVN – OEA.

Construcción de una Cultura de paz con los jóvenes en Centroamérica a través del Arte, los Medios y el Diálogo Social.

Dado el incremento de la violencia de pandillas y el tráfico de drogas en Centroamérica, y particularmente el efecto que esto ha tenido en la juventud, estamos implementando un Proyecto en el cual se entrena a las organizaciones que trabajan con jóvenes, para que éstas a su vez los capaciten en el uso de medios de comunicación para promover la construcción de una cultura de paz.

La idea es que los jóvenes usen los medios y el arte para crear sus propios mensajes de prevención de violencia, para comunicarse con otros jóvenes y expresar sus ideas y opiniones. El proyecto está muy enfocado en empoderar a los juventud a través del uso de los nuevos medios (celulares, Internet, redes sociales, etc.) y éstos relacionados con los medios masivos.

Este Proyecto es parte de la Iniciativa Mérida de USAID y están comprometidas tres áreas de la OEA (Oficina de Educación y Cultura, Secretaría de Seguridad Multidimensional y el Trust for The Americas).



## ALIANZA CAMPAÑA UNICEF

“YO PUEDO SER MÁS, SI ME DAS LA OPORTUNIDAD”.

Adolescentes se dejan oír mediante la campaña “Yo puedo ser más si me das la oportunidad.”

Más de 32 organizaciones, tanto sin fines de lucro como medios de comunicación y privadas, se han aliado para que los adolescentes puedan decir, de su propia voz, que lo que necesitan son oportunidades.

“Yo puedo ser más si me das la oportunidad” es el lema de la campaña conceptualizada y creada por jóvenes, cuyo objetivo es crear conciencia sobre el impacto positivo que tienen los adolescentes en la sociedad, y su necesidad de oportunidades.

PRINCIPIO 2



## ALIANZA INFORMATIVA LATINOAMERICANA

La ALIANZA INFORMATIVA LATINOAMERICANA (AIL) conformada por 17 televisoras de Latinoamérica, firmaron en Panamá un acuerdo de reciprocidad noticiosa por medio del cual se establece un intercambio permanente de contenidos informativos, que garantice la rápida difusión de las noticias generadas entre los canales aliados.

Las estaciones de televisión que conforman esta alianza son:

- 1- Caracol Televisión – Colombia.
- 2- Telefe – Argentina
- 3- Ecuavisa – Ecuador
- 4- Andina de Radiodifusión (ATV) – Perú
- 5- Televisora Nacional (TVN) – Panamá
- 6- Canal Doce – El Salvador
- 7- Proyecto 40 – México
- 8- GenTV – Miami, Fla. EUA
- 9- WAPA Televisión – Puerto Rico
- 10- Teletica – Costa Rica
- 11- TV AZTECA – México
- 12- Montecarlo TV – Uruguay
- 13- Megavisión – Chile
- 14- UNITEL- Bolivia
- 15- Radio Caracas Televisión (RCTV) – Venezuela  
(Transmitiendo desde Miami por razones políticas)
- 16- TV Azteca GUATEMALA – Guatemala
- 17- Bandeirantes - Brasil

Para suscribir este acuerdo y dar fe de la seriedad de este compromiso, se han dado cita en Panamá, propietarios, vicepresidentes ejecutivos y Gerentes Generales, en diferentes casos, además de directores de noticias y los productores de los espacios noticiosos que transmiten estas televisoras.

La ALIANZA INFORMATIVA LATINOAMERICANA, existe desde el año 2005, como una iniciativa de 4 canales pioneros: Caracol – Colombia, TeleFe – Argentina, Ecuavisa- Ecuador, y ATV – Perú, que se reunían de manera voluntaria. Hoy día, la Alianza la conforman 17 países y en esta reunión de Panamá, se consolida jurídicamente como una organización formal, a través del acuerdo de constitución.





## PARTICIPACIÓN DEL SECTOR PRIVADO EN LAS SESIONES PREPARATORIAS PARA LA CONFERENCIA DE LAS PARTES DE LA CONVENCION MARCO DE LAS NACIONES UNIDAS SOBRE CAMBIO CLIMÁTICO (UNFCCC)

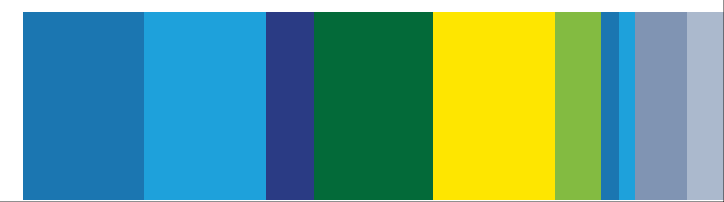
PRINCIPIO 2



*Lisette Condassin Gerente de Asuntos Corporativos de TVN, Christiana Figueres, Secretaria Ejecutiva de la Convención Marco de Naciones Unidas Sobre Cambio Climático, Soraya Castellanos, Gerente de Producción de TVN Noticias.*

En 2011 por primera vez Panamá fue sede de las sesiones preparatorias para la próxima Conferencia de las Partes de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático (UNFCCC) y su Protocolo de Kioto. Antes de llegar a Durban, SurAfrica los países inician sesiones preparatorias para someter propuestas, establecer alianzas y llegar a consensos previos a las negociaciones de la Conferencia de las Partes COP17. En estas sesiones se preparan los borradores de textos de las decisiones que serán discutidas, negociadas y acordadas por los países.

Televisora Nacional, S.A., fue seleccionada por la Asociación Panameña de Ejecutivos de Empresa (APEDE), entidad coordinadora de este evento en Panamá, como el canal de televisión oficial, lo cual representó una verdadera distinción tomando en consideración nuestro compromiso con los temas de medio ambiente y cambio climático.



## ALIANZAS CON ORGANIZACIONES NACIONALES

### PROGRAMA RESPETA LA VÍA, RESPETA LA VIDA

Un buen ejemplo de alianza público-privada, para beneficio de toda la comunidad.

Luego de la incorporación de organismos de la sociedad civil, instituciones del gobierno como son la Autoridad del Tránsito y la Policía Nacional, empresa privada y ahora, con la participación de las telefónicas y canales de televisión, suman tres los grupos que se han unido para hacer conciencia sobre la importancia de la seguridad vial.

La ocasión fue propicia también, para que en el marco de su lanzamiento mundial, se firmara el convenio de adhesión del programa "Respetar la Vía, Respetar la Vida" al Decenio por la Seguridad 2011-2020, una iniciativa que busca reducir los índices de muerte por accidentes de tránsito, que cada año cobran millones de vidas a nivel global.





## FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO

En alianza con la Cámara Panameña del Libro, TVN, se compromete a promover la feria de la cultura más importante del año, donde convergen las más importantes casas editoriales de Panamá y algunas otras de renombre de Latinoamérica y Europa. La ocasión es propicia para la presentación y lanzamientos de nuevas obras literarias.

TVN lleva una importante trayectoria, llevando a la pantalla chica obras clásicas de historia y tradiciones panameñas y aprovecha la oportunidad para presentarla en esta tribuna por la que desfilan más de 25,000 personas durante los días de feria para presentar “De los libros a la imagen...historias que hablan de la riqueza de nuestro Panamá”.



## PANAMA JAZZ FESTIVAL

Festival anual de Jazz y música latina, organizado por la Fundación Danilo Pérez cuyo propósito es elevar el nivel musical de los artistas panameños a través de cursos de enseñanza musical y de un programa de concurso de becas para que músicos panameños tengan la oportunidad de ir a especializarse a Londres, Berkeley y Puerto Rico logrando la consagración de grandes artistas especialistas en distintas disciplinas musicales de clase mundial.



## FUNDACIÓN AMADOR

La FUNDACIÓN AMADOR tiene como objetivo desarrollar el proyecto Panamá: Puente de Vida - Museo de Biodiversidad (Biomuseo), abierto a todos los habitantes del mundo, que contará con exhibiciones científicas que ilustrarán y fomentarán la valoración de la biodiversidad y el significado que el surgimiento del Istmo de Panamá ha tenido sobre la vida en el planeta. El Biomuseo es diseño del afamado arquitecto Frank O. Gehry y las exhibiciones se están diseñando en asociación con Bruce Mau Design y el Instituto Smithsonian.

PRINCIPIO 2



## INSTITUTO NACIONAL DE CULTURA

El Instituto Nacional de Cultura es la institución del Estado panameño responsable de promover, impulsar y desarrollar la bellas artes y la cultura en todo el territorio nacional y ha firmado un convenio de reciprocidad con Televisora Nacional que nos hemos comprometido a divulgar y promocionar las principales actividades y presentaciones culturales nacionales e internacionales con el propósito de que cada vez más panameños asistan a estos eventos y mantenga viva la necesidad de disfrutar de las artes en nuestro país.



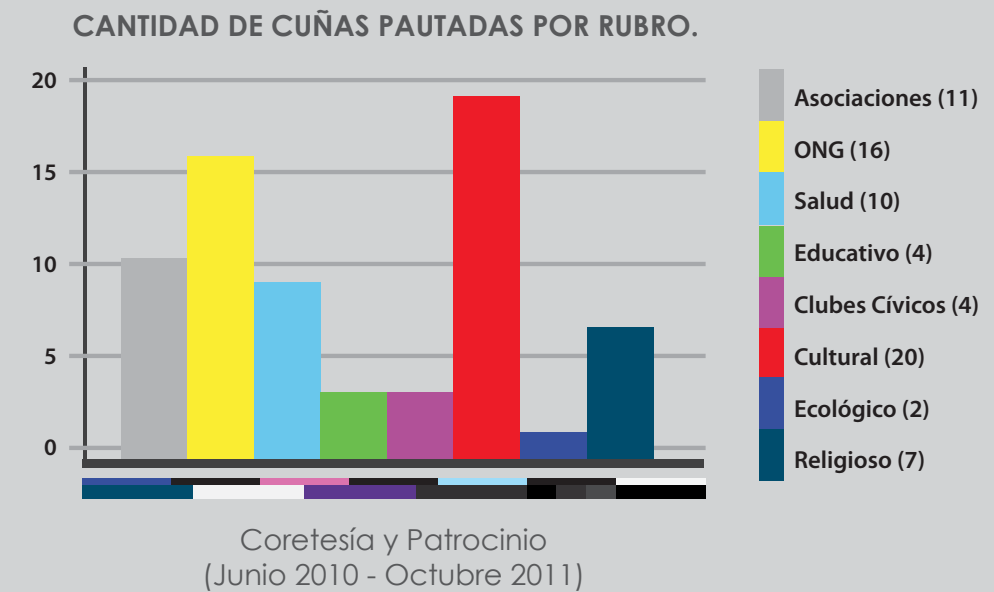
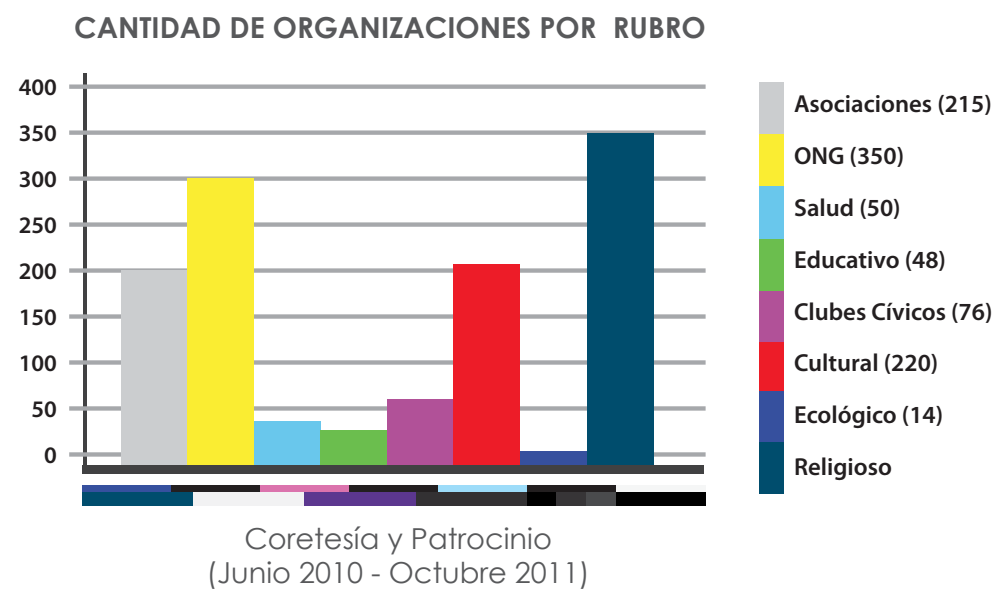


## TELETÓN 20-30

TVN y TVMAX, anualmente se compromete con el Club Activo 20-30 de Panamá a transmitir las 27 horas que dura el evento de recaudación más grande del año de manera ininterrumpida, y que permite que miles de panameños puedan disfrutar de un espectáculo artístico de primera línea, como principal atractivo para la teleaudiencia nacional. Luego de más de 25 años de llevarse a cabo este gran evento nuestras pantallas dicen presente para apoyar la causa que cada año ataca alguna necesidad de salud y atención médica a la población más vulnerable de nuestro país.



## GRÁFICAS DE DONACIONES DE TIEMPO AIRE A ORGANIZACIONES BENÉFICAS E INSTITUCIONES ESTATALES PARA LA PROMOCIÓN DE CAMPAÑAS SOCIALES – EDUCATIVAS Y ACTIVIDADES PROMOCIONALES DE RECAUDACIÓN DE FONDOS.



Dentro de nuestros espacios de cortesía, ofrecemos la oportunidad a las organizaciones sin fines de lucro que realizan actividades de recaudación, que puedan pautar una cuña promocional de su evento sin costo alguno, como una contribución de nuestra empresa a las obras sociales, religiosas, deportivas o culturales que realizan las diferentes organizaciones e instituciones en beneficio de nuestra sociedad.

## LAS EMPRESAS DEBEN APOYAR LOS PRINCIPIOS DE LA LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y SINDICAL Y EL RECONOCIMIENTO EFECTIVO DEL DERECHO A LA NEGOCIACIÓN COLECTIVA.

PRINCIPIO 3



### COMPROMISO

En TVN y TVMAX promovemos la libertad de asociación. Toda persona que entre a formar parte de nuestra fuerza laboral tiene libertad de decidir si forma parte activa o no del movimiento sindical.

Las relaciones entre el Sindicato de Trabajadores de Televisora Nacional, se desarrollan en un marco de respeto, compromiso y solidaridad humana, buscando siempre el bienestar de los trabajadores como premisa compartida que contribuya a ofrecer las mejores oportunidades de desarrollo y al mejoramiento continuo de nuestro ambiente de trabajo.





El Sindicato de Trabajadores de Televisora Nacional, fue fundado en 1970; desde entonces tiene suscrita una Convención Colectiva con la empresa la cual se negocia cada 4 años.

Actualmente cuenta con 430 afiliados que pagan cuota sindical y que reciben beneficios directos como becas de estudio y capacitación profesional, festejos de celebraciones especiales, bolsas navideñas, eventos deportivos, etc.

Existe el Comité de Empresa, conformado por el Sindicato, la Gerencia General y la Dirección de Recursos Humanos, en el que se establecen parámetros de acción, se discuten temas de interés común que llegue a beneficiar tanto a los trabajadores como a la empresa en una relación ganar – ganar.

PRINCIPIO 3



El Sindicato de Trabajadores de Televisora Nacional se basa en normas nacionales establecidas por el Ministerio de Trabajo como entidad responsable en la República de Panamá. También se rige por normas internacionales establecidas por la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

Dentro de las estipulaciones de una convención colectiva vigente entre la empresa y el Sindicato de Trabajadores de Televisora Nacional, S.A., en su capítulo 3 se refiere a las condiciones de trabajo, como herramienta de garantía para el establecimiento del mejor ambiente laboral en cuanto a seguridad y crecimiento.

## BENEFICIOS A LOS COLABORADORES ESTABLECIDOS EN CONVENCION COLECTIVA VIGENTE

INDICADOR	CAPÍTULO	CLAUSULA	DESCRIPCIÓN
Riesgos Profesionales	3	10	La empresa, reconocerá durante el 3ero, 4to, 5to y 6to mes de incapacidad un pago correspondiente a la diferencia existente entre el pago realizado por la CSS y el salario base devengado por los trabajadores. La empresa reconocerá un adelanto de salario del cien por ciento del salario base del trabajador durante los dos primeros meses de incapacidad en caso que la CSS no haya cumplido con esa obligación en dicho periodo de tiempo.
Mejor Ambiente de Trabajo	3	11	El empleador, conviene y así acuerda en mantener un ambiente de trabajo en óptimas condiciones para el desempeño de las funciones de sus trabajadores.
Capacitación del Trabajador	3	15	El empleador, conviene y así acuerda en proporcionar seminarios, taller, cursos, capacitación o cualquier tipo de informaciones encaminadas a la formación y capacitación del total de sus trabajadores. El sindicato tendrá la opción de sugerir algunos temas para las capacitaciones.
Derecho de Educación	3	16	El empleador, conviene en analizar la posibilidad de establecer turnos o jornadas especiales de trabajo para aquellos trabajadores que deseen educarse en carreras relacionadas con la actividad de la empresa.
Personal en Estado de Embarazo	3	18	El empleador conviene y así acuerda en hacer todos los correctivos necesarios para que el personal en estado de embarazo en lo posible no tenga que laborar jornadas mixtas o nocturnas, del mismo modo la trabajadora en estado de gravidez una vez se incorpore a su centro de trabajo después de haber dado a luz y por espacio de un mes, saldrá una hora antes de la culminación de su jornada ordinaria, con la intención de poder amamantar a su hijo.

## LAS EMPRESAS DEBEN APOYAR LA ELIMINACIÓN DE TODA FORMA DE TRABAJO FORZOSO U OBLIGATORIO.

PRINCIPIO 4



### Programa Colaborador Estrella.

Premio especial para los colaboradores que aportan una idea creativa que mejore su trabajo o aporte de manera significativa la milla extra en su labor diaria.

## COMPROMISO

Nuestra empresa tiene un gran compromiso como modelo respetuoso de la equidad social y del derecho de los trabajadores. Dedicamos gran cantidad de tiempo/aire de su programación a promover la igualdad de derechos, la justicia y las libertades ciudadanas. Nos comprometemos a rechazar y denunciar toda forma de trabajo forzoso y a promover internamente nuestros valores corporativos que nos incentiven a ser cada vez mejores personas, motivados y proactivos en un ambiente laboral agradable y seguro.





El trabajo en televisión se caracteriza por ser una profesión comprometida y absorbente, de igual forma, las personas que eligen el trabajo en televisión, desarrollan una mística por lo que hacen que llena de grandes satisfacciones a quienes sacrifican largas horas de trabajo por un producto de primera calidad televisiva.

No obstante la Dirección General se esfuerza por crear incentivos, promociones y beneficios para los trabajadores y sus familias que logren para los colaboradores una recompensa por esa “milla extra” que siempre debemos dar para beneficio de nuestros televidentes.

PRINCIPIO 4



Como iniciativa de reconocimiento a la labor de los colaboradores destacados por su desempeño, iniciativa y buena disposición en los diferentes valores que nos caracterizan dentro de la Cultura Corporativa TVN y TVMAX, se lanzó la campaña interna de promoción de Nuestros Valores Corporativos, utilizando la imagen de estos colaboradores destacados lo cual ha representado un verdadero reconocimiento a su dedicación y entusiasmo.

LA MÍSTICA DE LOS COLABORADORES DE TVN Y TVMAX SE DEFINE CON CONCEPTOS QUE NOS IDENTIFICAN COMO UN EQUIPO LÍDER EN EL ENTORNO EN EL QUE NOS DESENVOLVEMOS.

En TVN nos caracterizamos por **Ser Así...**

**Líderes en el mercado:** Queremos marcar la pauta, somos punto de referencia por nuestra innovación y originalidad sorprendemos a nuestra audiencia y a nuestros anunciantes.

**Confiables:** Lo que decimos, lo hacemos bien!

**Ágiles y Rápidos.**

**Leales** con nuestros clientes, proveedores, trabajadores y accionistas.

**Enérgicos y Dinámicos** con velocidad de respuesta.

**Trabajamos en equipo** como vía para alcanzar los resultados.

**Conscientes** del entorno interno y externo de manera de anticiparnos.

**Inteligentes** con criterio para decidir y tomar el mejor camino a seguir.



## LAS EMPRESAS DEBEN APOYAR LA ERRADICACIÓN EFECTIVA DEL TRABAJO INFANTIL.

PRINCIPIO 5



### COMPROMISO

Televisora Nacional se compromete a rechazar todo tipo de trabajo infantil. Para nuestra empresa y nuestros colaboradores no es posible permitir que los niños realicen trabajos físicos forzosos ni trabajos del campo en un horario en el que deberían estar estudiando en la escuela y cumpliendo sus obligaciones y derechos estipulados en la **DECLARACION DE LOS DERECHOS UNIVERSALES DEL NIÑO Y LA NIÑA**.





Televisora Nacional, como un canal de televisión que llega a todas las edades y a todos los segmentos sociales de nuestro país, y que se ha dedicado a promover el talento panameño, no puede ignorar ni minimizar el maravilloso potencial que tienen los niños panameños a nivel artístico. Nuestras producciones infantiles como el reality musical Canta Conmigo, MUÉVELO y Buenos Días Kids, son muestra de ello.

**En las grabaciones de nuestras producciones con participación infantil, somos muy cuidadosos de mantener los estándares de control y seguridad que logren el bienestar integral del niño artista participante:**

1. Ofrecer las atenciones y comodidades necesarias a los niños participantes.
2. Crear el mejor ambiente para su desarrollo personal y artístico.
3. Realizar las grabaciones en horarios que no interfieran con sus estudios ni su rendimiento escolar y académico.

PRINCIPIO 5



4. Permitimos la participación e intervención permanente de sus padres y/o acudientes.
5. Tienen un seguro médico y una psicóloga de planta que los atiende en caso de ser necesario.
6. Procuramos que sus chaperonas, asesores artísticos y entrenadores tengan experiencia en el manejo de grupos infantiles.
7. Mantener el respeto, consideración y seguridad que los niños y niñas se merecen tanto en los ensayos y grabaciones como en el material que se transmite por nuestras pantallas de televisión.

8. No permitir que realicen sus ensayos y grabaciones más allá del horario previamente dispuesto por recomendación del psicólogo y autorizado por sus padres y/o acudientes.
9. Procurar una remuneración justa según su participación que sea administrada por sus padres y/o acudientes o que sea depositada en una cuenta de ahorros destinada para sus estudios.
10. Procurar crear el mejor ambiente para que disfruten lo que hacen, desarrollen su talento y se diviertan como niños.

En otro aspecto, no permitimos el trabajo infantil que vemos en los semáforos donde niños y niñas ofrecen dulces y artículos varios para la venta, o en los sembradíos, cortando caña en los cañaverales o recolectando fruto en los cafetales de nuestra campiña, arrebatándoles el derecho a estudiar como único recurso real y efectivo para romper el círculo de la pobreza.

Es por esto, que en alianza con Casa Esperanza, ONG que trabaja para sacar a los niños de la calle y ofrecerles una oportunidad de estudio y superación, logramos realizar la:

### CAMPAÑA PARA LA ERRADICACIÓN DEL TRABAJO INFANTIL (alianza de TVN con Casa Esperanza)

En 2011, Televisora Nacional con sus pantallas TVN y TVMAX, tomó la decisión de conmemorar el Día del Niño con una campaña diferente, que resaltara los Derechos Universales del Niño y la Niña en la pantalla TVMAX y que hiciera un llamado comprometido a la Erradicación del Trabajo Infantil en la pantalla de TVN. Se hizo una importante alianza con Casa Esperanza organización que rescata a los niños que trabajan vendiendo confites y artículos variados en los semáforos para hacer un trabajo social con los niños que les inculque valores y los devuelva a los estudios escolares. Así mismo, realizan un trabajo de orientación y servicio social con las familias de estos niños, logrando cambios integrales en el núcleo familiar que baje el riesgo de que estos niños regresen a las calles.

Logramos piezas conmovedoras con testimoniales de quienes alguna vez fueron niños de la calle y que gracias a Casa Esperanza hoy día son profesionales de bien. Con esta campaña buscamos hacer un llamado de atención a los niños y familias que se encuentran en alto riesgo social y al resto de la sociedad panameña para que tome conciencia real de un problema que afecta a nuestros país dentro del contexto social.

**Aunque en Panamá 30,000 niños han sido rescatados, todavía 60,000 siguen trabajando en las peores condiciones de trabajo, tanto en el campo, la ciudad, en vertederos de basura y buceando en el mar, entre otras labores. El 30 por ciento de estos niños no va a la escuela y más del 50 por ciento padece desnutrición y otras enfermedades, de acuerdo a cifras proporcionadas por Casa Esperanza.**

## LA ELIMINACION DE LA DISCRIMINACIÓN EN MATERIA DE EMPLEO Y OCUPACIÓN.

### PRINCIPIO 6



### COMPROMISO

En TVN y TVMAX las políticas de contratación se orientan hacia la excelencia académica y a la experiencia y conocimientos que puedan aportar las personas que sean seleccionadas como colaboradores de nuestras televisoras. Nos comprometemos a cumplir con esos parámetros de selección y no permitir que sus orientaciones o preferencias personales interfieran en la evaluación de la calidad profesional, moral y ética de esa persona.







**TELEVISORA NACIONAL BASA SU SELECCIÓN DE PERSONAL EN LA CALIFICACIÓN ACADÉMICA Y EXPERIENCIA PROFESIONAL QUE PRESENTEN LOS CRÉDITOS DEL ASPIRANTE.**

No existen registros ni evidencias de discriminación por razón de sexo, clase social, preferencia religiosa, sexual ni de ninguna otra índole entre nuestros colaboradores.

Aunque por la naturaleza de nuestro trabajo sobre todo en la Dirección de Ingeniería y Operaciones, impera la mayoría masculina en la fuerza laboral, observamos que a nivel directivo y gerencial la mayoría femenina destaca creando un balance interesante en nuestro entorno.

PRINCIPIO 6



INFORMACIÓN GENERAL DE COLABORADORES

INDICADORES - 2010	Cantidad Numérica	%
<b>En la empresa</b>	490	
Mujeres	183	37.0%
Hombres	307	63.0%
<b>Gerentes y Directores</b>	30	%
Mujeres	17	57.0%
Hombres	12	40.0%
Vacante	1	3.0%
<b>Contratación Fija</b>	484	98.8%
<b>Contratación Temporal</b>	6	1.2%
Contratación pos Servicios Profesionales	120	



## LAS EMPRESAS DEBEN APOYAR UN ENFOQUE PREVENTIVO FRENTE A LOS DESAFÍOS MEDIOAMBIENTALES.

PRINCIPIO 7



### Compromiso:

Nos comprometemos a implementar y velar por el cumplimiento de las más estrictas normas de seguridad y protección de nuestros colaboradores y nuestros puestos de trabajo. Así mismo nos comprometemos a velar por que se den los entrenamientos necesarios y a tener a la mano los implementos de seguridad en caso de emergencia.





Regimos la implementación de nuestros estándares de seguridad en el Reglamento General de Prevención de Riesgos Profesionales y de Seguridad e Higiene del Trabajo aprobados por la Junta Directiva de la Caja de Seguro Social de Panamá, mediante Resolución 41,039 – 2009 del día miércoles 11 de marzo de 2009.

## PRINCIPIO 7



Adicionalmente el sistema de prevención de riesgos profesionales de la empresa toma en consideración los lineamientos establecidos por el estándar OHSAS 18001:2007 Requerimientos de un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional al igual que las directrices relativas a los sistemas de gestión de la seguridad y salud en el trabajo emanados por la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

Contamos con las señalizaciones de evacuación en situación de emergencia y de extintores. Se trata de letreros con impresión fluorescente para ser leídos en la oscuridad.

Actualmente el área de Salud y Seguridad Ocupacional trabaja en la implementación de reglamentaciones y normativas internas como parte del mejoramiento continuo de nuestro lugar de trabajo

- Implementación del sistema contra incendio en el 100% del edificio.
- Acuerdos o contratos entre TVN y sus proveedores o subcontratistas en materia de salud y seguridad ocupacional.
- Cambio de sentido de algunas puertas que son vías de egreso.
- Implementación de las barras de pánico para las puertas que actúan como corta humos en el bloque de escaleras de emergencia en cada piso.
- Adecuación del sistema de gestión de salud y seguridad ocupacional para la C.S.S.
- Implementación de señalización de acuerdo a rutas de evacuación.
- Formación en como evacuar el edificio de forma eficiente de acuerdo a sus áreas de trabajo.
- Formación en uso de extintores y su clasificación
- Formación en primeros auxilios básicos.
- Implementación de las diferentes brigadas de contingencia. (incendios, primeros auxilios, evacuación)
- Adecuación de la enfermería.
- Inicio de jornadas de charlas y gimnasia laboral.
- Actividades o proyectos deben contar con la sección de salud y seguridad ocupacional para determinar vías de egreso, materiales a utilizar, fichas de seguridad a presentar.
- Visitas a los diferentes puntos donde TVN tenga presencia como puesto de trabajo para evaluar sus condiciones sanitarias y de seguridad.
- Poder retomar las reuniones del comité de salud y seguridad ocupacional exigido por la C.S.S.
- Fiel cumplimiento de la norma NFPA 101 que entra a regir como norma oficial para el cuerpo de bomberos de Panamá.
- Reportar trabajos, los cuales por su complejidad pueden presentar un nivel de riesgo mínimo o máximo según una evaluación de riesgos o bien realizar ATS (análisis de trabajo seguro).
- Equipos de protección personal y colectiva de acuerdo a actividades a realizar.



## LAS EMPRESAS DEBEN ADOPTAR INICIATIVAS PARA PROMOVER UNA MAYOR RESPONSABILIDAD AMBIENTAL.

PRINCIPIO 8



### COMPROMISO

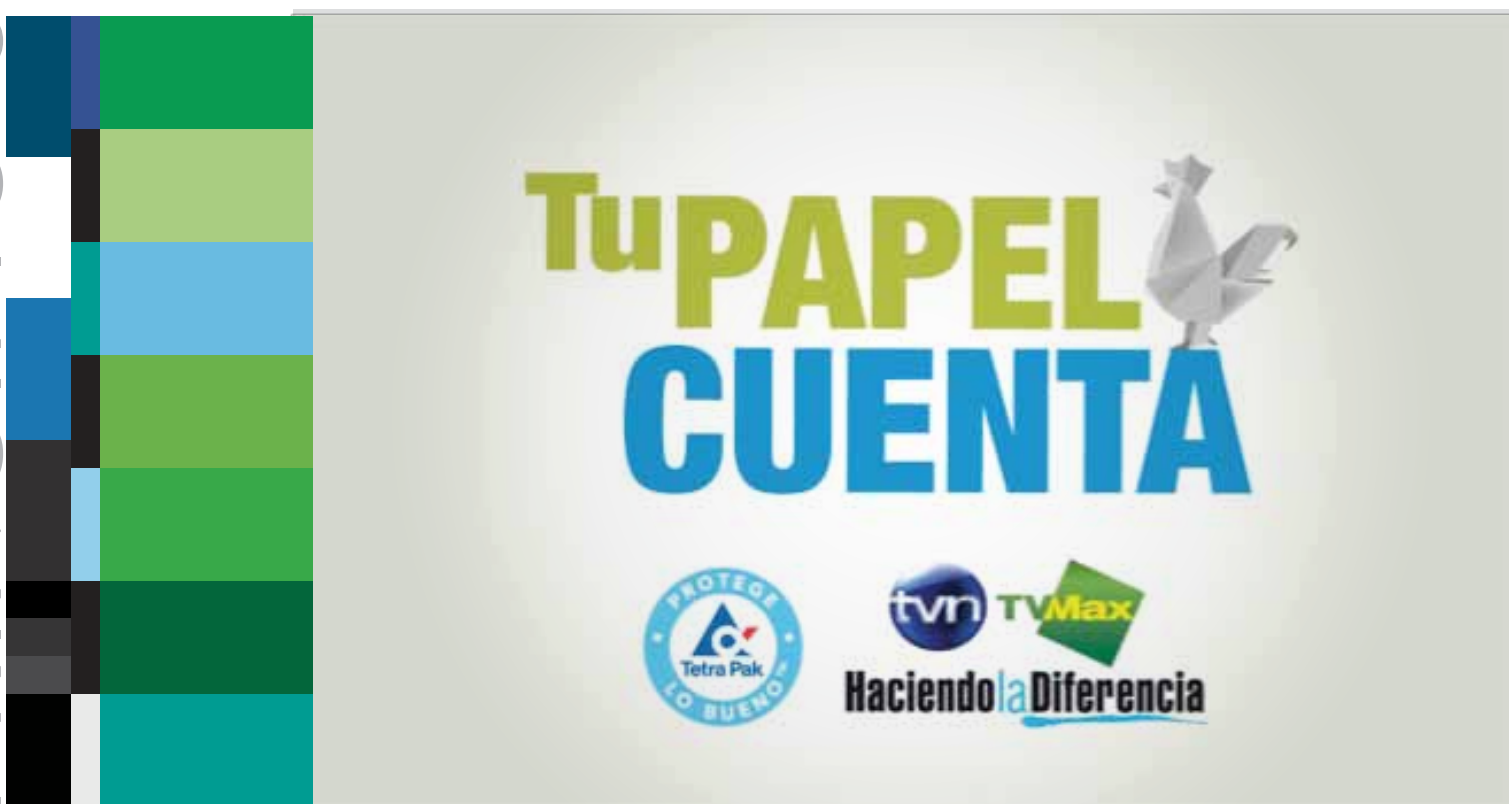
Tenemos el compromiso real y constante de adoptar iniciativas de ahorro energético y de implementar los correctivos necesarios que nos permitan minimizar nuestro impacto con el medio ambiente. Televisora Nacional se compromete a promover e implementar medidas que permitan el desarrollo permanente de una conciencia de conservación de medio ambiente tanto a nivel interno como medio de comunicación masivo.



Televisora Nacional lleva ya varios años implementando acciones concretas que lo han llevado a posicionarse como el medio de comunicación que apoya las estrategias de conservación del medio ambiente. Para cumplir con este compromiso hemos establecido alianzas con organizaciones (empresas privadas y ONGs de Medio Ambiente) que luchan por que nuestra huella impacte lo menos posible en el medio ambiente y minimice de alguna manera los estragos que el Cambio Climático está causando en nuestros países y nuestras poblaciones alrededor del mundo. Paralelamente, realizamos campañas internas de recolección de materiales y de ahorro de agua y energía.

## TU PAPEL CUENTA:

En este sentido podemos mencionar una alianza que ya tiene 4 años ininterrumpidos de convocar a nuestra población panameña a recolectar papel blanco, papel periódico, revistas, cartones y envases de Tetrapak para ser vendido a una empresa recicladora que los compra por toneladas. En esta alianza están involucrados la empresa privada: Tetrapak, Papelera Istmeña y TVN. Con el apoyo de los principales supermercados de la ciudad capital como centros de acopio permanente. Sin embargo cada primer jueves de mes, se activa la campaña de recolección que convoca masivamente a todos aquellos ciudadanos con conciencia social, que cada vez son más, para que lleven a las instalaciones de TVN su donación. Para esta campaña una vez al mes, TVN viste su pantalla de TU PAPEL CUENTA realizando entrevistas y pases en vivo durante los espacios noticiosos, programas de planta y nuestra programación regular para hacer un recordatorio constante a los televidentes de que ese es el día de la recolección.

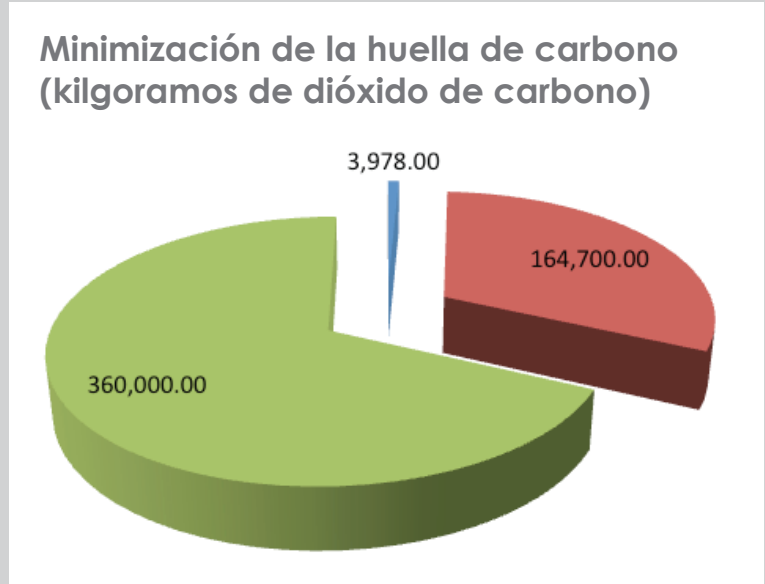
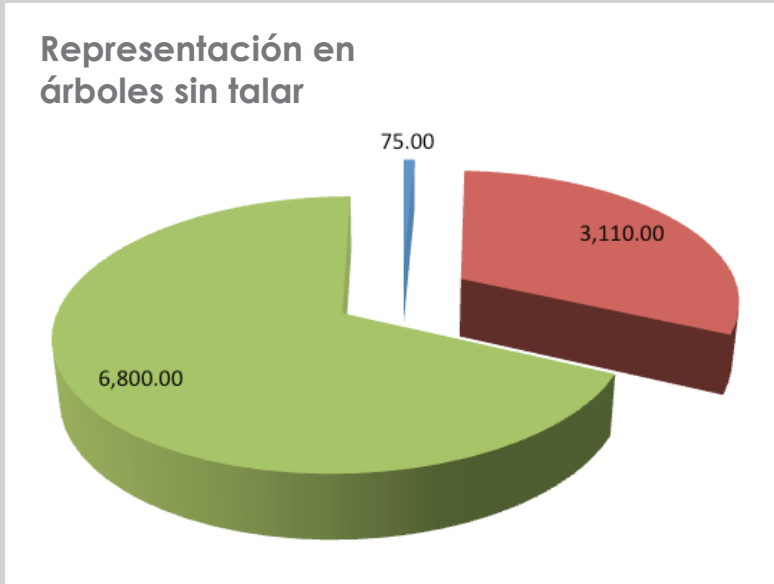
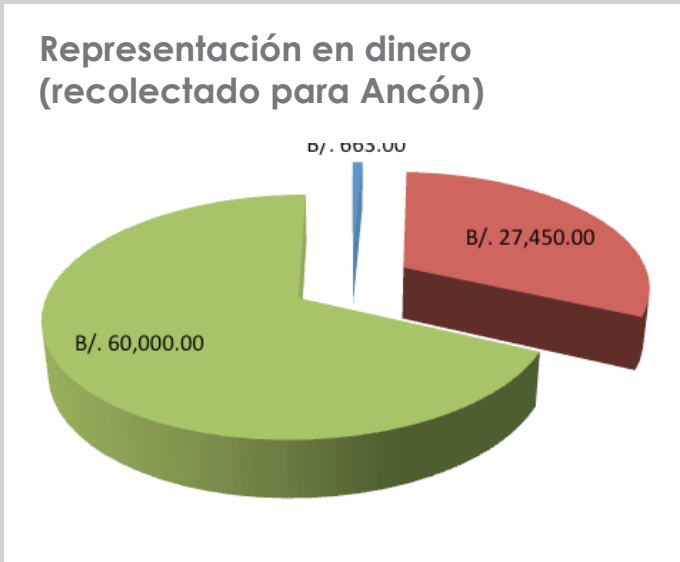
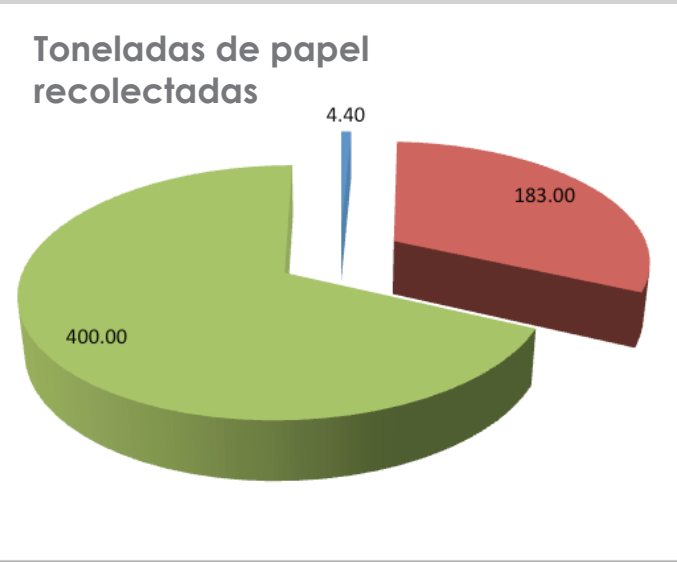


Todo lo recaudado en las jornadas de TU PAPEL CUENTA, se destina a la ASOCIACION NACIONAL PARA LA CONSERVACIÓN DE LA NATURALEZA (ANCÓN) una organización sin fines de lucro que trabaja para la conservación y mantenimiento de nuestros bosques y parques nacionales.

En lo que respecta a TU PAPEL CUENTA se puede reportar que han hecho significativas contribuciones como se evidencia en el cuadro de indicadores a continuación.

PRINCIPIO 8

INDICADORES	2008	2009	2010	TOTAL	2001 (hasta Septiembre)	TOTAL
Toneladas de papel recolectadas	4.40	183.00	400.00	587.40	275.00	862.40
Representación en dinero (recolectado para Ancón)	B/. 663.00	B/. 27,450.00	B/. 60,000.00	B/. 88,113.00	B/. 41,250.00	B/. 129,363.00
Representación en ahorro de agua (litros)	88,400.00	3,660,000.00	8,000,000.00	11,748,400.00	5,500,000.00	17,248,400.00
Representación en árboles sin talar	75.00	3,111.00	6,800.00	9,986.00	4,675.00	14,661.00
Minimización de la huella de carbono (kilogramos de dióxido de carbono)	3,978.00	164,700.00	360,000.00	528,678.00	247,500.00	776,178.00



2008  
2009  
2010





## JORNADAS DE RECOLECCIÓN DE DESECHOS ELECTRÓNICOS:

Se trata de otra convocatoria que realiza TVN a nivel masivo. Se recogen artículos electrónicos que incluyen teléfonos, faxes, copiadoras, computadoras, celulares, radio comunicadores, tocadiscos, CD players, televisores, etc. Quedan por fuera de esta recolección los artefactos electrodomésticos y línea blanca por especificación de la empresa RECIMAX con la que realizamos la alianza estratégica para la realización de estas jornadas.

La primera jornada se realizó a nivel metropolitano únicamente para medir el impacto en los televidentes y el éxito de la recolección. La segunda campaña fue aún más ambiciosa abarcando el territorio a nivel nacional incluyendo puntos de recolección en el área oeste de la Provincia de Panamá y las principales ciudades del interior del país: Chitré en Herrera, Santiago en Veraguas, David en Chiriquí, más los puntos de Supermercados Rey en toda la Ciudad Capital.

Este tipo de actividades con participación de la comunidad cada vez tiene más éxito debido a que las personas en general cada vez desarrollan mayor conciencia del daño que estamos haciendo al medioambiente y que es labor de todos minimizar en alguna medida los daños que estamos causando a la naturaleza.

PRINCIPIO 8



La 2da. Jornada de Recolección de Desechos Electrónicos, es gracias al patrocinio de:





INFORME DE RESULTADOS DE LAS JORNADAS DE DESECHOS ELECTRÓNICOS			
JORNADA I		JORNADA II	
Se neutralizaron 27,432 LB de emisiones de carbono.		Se neutralizaron 145,405 LB de emisiones de carbono.	
Esto equivale a:		Esto equivale a:	
4,654	Galones de gasolina	24,667	Galones de gasolina
1,058	Árboles	5,606	Árboles
39,757	Botellas Plásticas tipo PET1	210,733	Botellas plásticas tipo Pet1
182,881	Latas de Aluminio	969,373	Latas de aluminio

Nos unimos al sentir de Recimax que en su reporte de resultados de jornada manifestó que “Nuestro compromiso, con el medioambiente, es desarrollar este tipo de campañas para lograr que el consumo de estos equipos tenga el menor impacto posible con el ecosistema. Por este motivo, todo el material recolectado fue clasificado, pesado y enviado a una planta de tratamiento de productos electrónicos para su neutralización y aprovechamiento de sus componentes, en donde finalmente serán reingresados como materia prima a nuevos procesos de producción.







## CAMPAÑAS DE RECOLECCIÓN INTERNA:

En TVN y TVMAX estamos convencidos de los beneficios directos que aporta a la naturaleza recolectar a conciencia los desechos. Es por esta razón que hemos implementado una campaña de recolección interna de:

- Papel blanco
- Papel periódico
- Latas de aluminio
- Botellas plásticas
- Baterías
- CD's

Todo lo recolectado es vendido a empresas recicladora. Los fondos obtenidos de esta venta, al igual que lo obtenido de las ventas de las jornadas de desechos electrónicos, es depositado en la cuenta bancaria de la FUNDACIÓN GENTE TVN Y TVMAX.



**RECICLAR  
ESTÁ EN TUS  
MANOS Y TIENE VALOR**

*En días pasados se vendió todo  
lo recolectado de nuestras instalaciones:*

<input type="checkbox"/> Papel Periódico 1,120 Libras	<b>= \$ 89.03</b>
<input type="checkbox"/> Papel Blanco 173 Libras	
<input type="checkbox"/> Botellas Plásticas 154 Libras	
<input type="checkbox"/> Latas de Aluminio 82 Libras	

PRINCIPIO 8







La recolección de Tonners (cartuchos de tinta para impresoras) también es otra de las actividades de recolección de desechos que se lleva dentro de nuestra empresa. Todo lo recolectado es entregado al Hogar Malambo, un orfanato para niñas de 0 a 18 años y niños de 0 a 5 años, que realizan sus propias jornadas de recolección de tonners como un medio de obtener recursos económicos extra.

PRINCIPIO 8



Aleida de Pitti, de la Dirección de Finanzas, tiene varios años llevando a cabo la coordinación general de esta recolecta, convirtiéndose en la principal promotora de esta actividad.

## ALIANZA ESTRATÉGICA DE TVN CON FUNDACIÓN YO VOY VERDE

En materia de alianzas con organizaciones enfocadas a la conservación de medio ambiente, también hemos concretado avances.

Como medio de comunicación masivo, trabajamos con todas aquellas organizaciones que nos solicitan apoyo de patrocinio o promoción de sus diferentes actividades de recaudación por medio de nuestros espacios de pauta de cortesía o entrevistas en vivo en nuestros espacios de programación regular.

YO VOY VERDE, es una organización sin fines de lucro que trabaja realizando jornadas de educación a través de charlas con personal especializado para estudiantes de las escuelas primarias, actividades artísticas, jornadas de limpieza de playa, etc. Ya que las nuevas generaciones, bien educadas y consciente de la magnitud del problema de la contaminación, son las que podrán lograr un verdadero cambio de conducta en la población.

Con la Fundación YO VOY VERDE, participamos en conjunto de ferias ecológicas, como ExpoGreen y otras.





## LAS EMPRESAS DEBEN ALENTAR EL DESARROLLO Y LA DIFUSIÓN DE TECNOLOGÍAS RESPETUOSAS DEL MEDIOAMBIENTE:

PRINCIPIO 9



### COMPROMISO

La difusión y promoción de mensajes que impulsen a la conservación del medio ambiente es uno de nuestros compromisos como medio de comunicación masiva. Nos comprometemos a mantener campañas de concienciación y continuar promoviendo actividades de recolección que motiven a la ciudadanía ser más que un simple espectador, sino agente de cambio que propicie un beneficio para el medio ambiente, para nuestro planeta y para nuestras vidas.



Es para Televisora Nacional fundamental mantener vigente el tema de la conservación de medioambiente. Tenemos clasificadas las fechas conmemorativas para realizar campañas informativas con el apoyo de TVN Noticias, que ayudan a desarrollar conciencia de conservación en la ciudadanía.

Nuestras campañas fijas durante el año son:

- CAMPAÑA DÍA INTERNACIONAL DEL MEDIOAMBIENTE
- CAMPAÑA DÍA DE LA TIERRA
- PROMOCIÓN DE LIMPIEZA DE PLAYA EN EL DÍA DE LOS MARES
- CAMPAÑA DÍA DEL RECICLAJE

En nuestro Departamento noticioso, contamos con Annette Quinn, una meteoróloga especializada que dentro de nuestras entregas noticiosas realiza análisis del clima, pronósticos, reportajes, cápsulas informativas, consejos para situaciones de emergencia por causa del mal tiempo, etc., y es la cara de TVN para nuestras campañas de conservación o fechas conmemorativas en temas de medioambiente.

PRINCIPIO 9



Durante la transmisión en vivo del programa revista matutina BUENOS DÍAS, mención especial sobre reciclaje y manejo de las plantas.



Nuestra Meteoróloga Presentadora de TV Annette Quinn, durante un despacho noticioso en TVN Noticias para la promoción de la jornada de recolección TU PAPEL CUENTA



## LAS EMPRESAS DEBEN TRABAJAR CONTRA LA CORRUPCIÓN EN TODAS SUS FORMAS, INCLUYENDO EL SOBORNO Y LA EXTORSIÓN.

PRINCIPIO 10



### COMPROMISO

Como medio de comunicación promovemos los valores morales, la justicia y todas las buenas acciones que promuevan una sociedad de paz y productividad. No podemos soslayar las acciones de soborno, extorción y corrupción. A lo interno nos comprometemos a cumplir con nuestro código de ética de Noticias y Acuerdo de Autorregulación que nos hace un buen ciudadano corporativo. Como medio de comunicación, nos comprometemos a seguir denunciando los actos de corrupción y de malos manejos que se puedan presentar por parte de nuestros gobernantes, en cualquier persona o entidad de nuestro país.



Televisora Nacional cuenta con un Código de Ética para el manejo noticioso en todos nuestros espacios informativos, que apelan al respeto a la vida humana, la conciencia moral, la responsabilidad y otros valores que determinan nuestra conducta al momento de manejar una información noticiosa.

## PRINCIPIO 10



### NUESTROS VALORES DE NOTICIAS

- **RESPECTO:** A la vida humana y a los Derechos Universales.
- **HONESTIDAD:** En nuestro compromiso permanente con la verdad.
- **RESPONSABILIDAD:** En el tratamiento informativo.
- **IMPARCIALIDAD:** Que promuevan la equidad y la justicia social.
- **COMPROMISO:** Con nuestra teleaudiencia para brindar siempre la más veraz, variada y completa información.
- **DETERMINACIÓN:** Para defender la libertad de expresión y nuestro derecho a informar, educar y entretener.
- **INTEGRIDAD:** En nuestras decisiones como empresa líder en comunicación y como ciudadano corporativo responsable.

### POLÍTICAS SOBRE EL MANEJO DE LA INFORMACIÓN NOTICIOSA Y PRINCIPIOS ÉTICOS QUE FUDAMENTAN EL EJERCICIO PERIODÍSTICO DE TVN NOTICIAS

La delincuencia y los actos de violencia se han tornado en hechos cotidianos en Panamá. Esta realidad no se puede esconder ni disfrazar. Como medio de comunicación responsable y comprometido con la verdad, estamos obligados a reflejar la dureza y la intensidad con que la violencia golpea a los sectores más vulnerables de nuestra sociedad.

No obstante, nuestra labor noticiosa, nos exige a su vez, no trivializar la violencia, respetando la dignidad humana. Para continuar informando con responsabilidad, TVN NOTICIAS, refuerza su compromiso de no transmitir en sus noticieros, imágenes o gráficas que deshumanicen la compleja realidad de la violencia.

### NUESTRAS POLÍTICAS EN EL MANEJO DE LA INFORMACIÓN NOTICIOSA:

- No presentar en nuestras pantallas imágenes de cuerpos humanos sin vida, expuestos a la cámara, es decir descubiertos (sin tapar).
- La cobertura de una muerte se realizará con respeto a la víctima y consideración a sus familiares y televidentes. Sólo mostrando el cuerpo a distancia y cubierto.
- No presentar imágenes explícitas de sangre, ya sea de un cadáver o de un herido.
- No asignar coberturas de crónica roja en los predios de los cuartos de urgencia de los hospitales.
- No cubrir noticias sobre suicidios a menos que esté involucrada una figura pública.
- No cubrir noticias sobre amenazas de bomba hasta tener certeza de que la situación crítica es real.
- No cubrir noticias ni explotar imágenes de fetos o abortos.
- No presentar imágenes de peleas o riñas callejeras, a menos de que haya una figura pública involucrada o que tenga una relevancia noticiosa.
- Nuestra cobertura de crónica roja estará limitada a un máximo de 11 minutos por hora de noticiero.



## PRINCIPIOS ÉTICOS DE



# PRINCIPIO 10

- Informar con objetividad y responsabilidad. Para esto deben ser recopiladas cuantas versiones sean necesarias para el equilibrio informativo. Los juicios de valor y/o opiniones deben estar atribuidos a las fuentes. Al periodista no le corresponde tomar partido.
- El rigor es la base de la excelencia editorial. El periodista debe verificar todos los detalles de la información que divulgará.
- Los conflictos de interés comprometen la independencia y credibilidad del medio. De existir algún conflicto, el periodista se abstendrá de recopilar y divulgar información sobre el tema.
- El principal compromiso de TVN NOTICIAS es con la ciudadanía. Los medios de la relevancia de una información es el impacto social del hecho. La preponderancia que tendrá una noticia dentro del espacio informativo dependerá de la respuesta a la siguiente pregunta: ¿Cómo afecta a la sociedad en su conjunto este hecho?
- Las falsas amenazas de bomba no serán reportadas. Tampoco se cubrirán los suicidios.
- Los asesinatos comunes, pueden ser reportados, pero el énfasis se hará en el impacto social de la violencia. El manejo de estas noticias exige prudencia y respeto por el dolor ajeno. No se harán tomas cerradas del cadáver. Un criterio similar será utilizado para los accidentes automovilísticos. Los nombres de las víctimas no serán divulgados hasta no estar confirmados por una autoridad.
- No podrá revelarse la identidad de un menor de edad implicado en un acto delictivo.
- En caso de violación, no se divulgará el nombre de la víctima ni el rostro para mantener su identidad en el anonimato, a menos que se trate de una figura pública.

- No saldrán al aire las escenas de violencia que no contribuyan a una mejor comprensión del hecho noticioso: en el caso de que no haya tiempo de editar un video con escenas fuertes se informará de antemano al televidente para que tome las medidas necesarias.
- El televidente merece respeto: antes de asegurar que una información es “exclusiva”, TVN NOTICIAS, debe cerciorarse que así sea. En el momento en que otro medio consiga la información, se omitirá.
- Así mismo se tendrá cuidado de diferenciar una información de que es “en directo”, de una que ocurrió hace unos instantes. Se presentará la palabra “archivo” cuando se utilice video de archivo.
- El lenguaje utilizado debe tener en mente al televidente. Se debe redactar las noticias de manera clara y sencilla. Se deben evitar las palabras “eruditas”, técnicas, “policivas” y los eufemismos.
- Sólo se mencionará el origen, raza o religión de una persona, cuando éstas estén relacionadas al hecho noticioso.

## ACUERDO DE AUTORREGULACIÓN PARA LA TRANSMISIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DE LAS TELEVISORAS DE PANAMÁ.

Desde 1999, TELEVISORA NACIONAL es signataria del Acuerdo de Autorregulación suscritos entre los principales canales de Televisión de Panamá, el Ministerio de Desarrollo Social y el que en aquel momento era el Ente Regulador de los Servicios Públicos. A pesar de los años este acuerdo perdió vigencia e interés por parte de los involucrados.

Hoy día luego de un 2010 dedicado a re negociar los términos de dicho acuerdo, nuevamente los principales canales de televisión de Panamá, llegamos a un nuevo acuerdo de Autoregulación en enero de 2011, que categoriza la programación en cuanto a su contenido clasificándola en A,B,C y D.

En esta ocasión los garantes del cumplimiento de este acuerdo por parte del Estado Panameño es la ASEP (Autoridad de los Servicios Públicos) MIDES (ministerio de Desarrollo Social), La Dirección de Medios de Comunicación del Ministerio de Gobierno y Justicia.



CLASIFICACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN:

PRINCIPIO 10



En cumplimiento de los artículos 166 y 169 del Decreto Ejecutivo No. 189 de 13 de agosto de 1999, con regularidad hacemos llegar a la Autoridad de los Servicios Públicos (ASEP) de TVN Canal – 2, el total de horas de transmisión y la programación infantil, familiar, entretenimiento y noticiosa,

- Lunes a Viernes:** 5:30 a.m. a 6:00 p.m. (Programación Diurna)  
6:00 p.m. a 12:30 a.m. (Aproximadamente, Programación Nocturna).  
12:30 a.m. a 5:30 a.m.  
(Programación nocturna y repetición de producción nacional).
- Sábado:** 6:00 a.m. a 6:00 p.m. (Programación Diurna)  
6:00 p.m. a 12:30 a.m. (Aproximadamente, Programación Nocturna).  
12:30 a.m. a 6:00 a.m.  
(Programación nocturna y repetición de producción nacional).
- Domingo:** 7:30 a.m. a 6:00 p.m. (Programación Diurna)  
6:00 p.m. a 12:30 a.m. (Aproximadamente, Programación Nocturna)  
12:30 a.m. a 7:30 a.m.  
(Programación nocturna y repetición de producción nacional).

Semanalmente, tenemos la siguiente programación:

- Novelas – 44 horas
- Infantiles – 4.5 horas
- Producción Nacional – 17 horas
- Noticias – 52 horas
- Entretenimiento y Familiar – 22.5 horas
- Cine – 28 horas

GÉNERO DE TELENOVELAS:

En el rango de novelas, son pautadas según el contenido que presenten. Algunas Telenovelas basadas en obras literarias que han sido “best Sellers” llevadas a la televisión que desarrollan argumentos y escenas dirigidas a un público adulto, tienen una gran aceptación entre los televidentes y TVN como televisora responsable, redobra esfuerzos porque se resalte la categorización y advertencias de este tipo de programas. En este caso en particular, nos vamos más allá de lo que estipula la Categoría C de la Autorregulación. Enumeramos nuestras iniciativas al respecto a continuación:

- 1- Iniciar con un anuncio de una de nuestras caras: **el siguiente programa es Categoría C** y procede a explicarla.
- 2- Antes de la presentación, se proyecta una claqueta de advertencia que manifiesta el siguiente texto leído por un locutor:

**ADVERTENCIA**  
Las historias y personajes que aparecen en (SE MENCIONA EL NOMBRE DE LA NOVELA EN PRESENTACIÓN), son ficticios. Presentan situaciones de actualidad basada en hechos reales que permite a personas adultas entender una problemática que cada vez adquiere mayor protagonismo en nuestras sociedades. TVN como empresa televisiva responsable, cumpliendo con su política de auto-regulación, presenta esta producción en horario nocturno CATEGORÍA C, esto significa que está dirigido a una audiencia adulta responsable y con criterio formado. Su contenido audiovisual no debe ser expuesto ante menores de edad.

- 3- Colocamos el aviso de “**Categoría C**” en una esquina de la pantalla de manera permanente durante la transmisión de la novela. A ese aviso le hemos incluido la frase “**no apto para menores**”, para que se establezca más aún la responsabilidad de los adultos en casa de discriminar el tipo de programación a la que los niños se les debe permitir.





4- Solicitamos al actor que venga a promocionar la novela antes de su lanzamiento que grabe un testimonial. En el caso de La Reina del Sur, nos visitó Rafael Amaya, actor internacional que representa uno de los personajes. Con él grabamos una promoción testimonial en el que transmite el siguiente texto:

5- Todas las telenovelas que tienen un alto contenido de temas y escenas sensitivas, o no apta para menores son pautadas después de las 9:00 p.m. y la pauta de su promoción sigue las restricciones que aplica la Categoría C del acuerdo de Autorregulación de los Medios Televisivos.

PRINCIPIO 10

Loc. On  
Texto #1:  
Las pandillas, el narcotráfico y la delincuencia no son la solución de tus problemas. Solo te llevan por dos caminos: la cárcel o la muerte. No seas parte de las estadísticas.

Loc. on  
Texto #2:  
Busca el buen camino. No dejes la escuela. Solo con la educación y llevando una vida honrada es que se logra romper el círculo de la pobreza y engrandecer a tu país.

Loc. on  
Texto #3  
Nunca llegara a ser grande el que con violencia consigue lo que quiere, el que utiliza su inteligencia para hacerles daño a los demás y así ganar dinero.

Loc. on  
Texto #4  
Las personas con valor, son aquellas que luchan a diario y de manera honesta para salir adelante. Esos son los que necesita este país.



**CATEGORIZACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DE LA TELEVISIÓN PANAMEÑA**

<b>CATEGORÍA A</b>	ESTE PROGRAMA ES APTO PARA TODO PÚBLICO.
<b>CATEGORÍA B</b>	ESTE PROGRAMA REQUIERE LA ORIENTACIÓN DE UNA PERSONA ADULTA.
<b>CATEGORÍA C</b>	ESTE PROGRAMA NO ES APTO PARA NIÑOS NI ADOLESCENTES.
<b>CATEGORÍA D</b>	ESTE PROGRAMA ES EXCLUSIVAMENTE PARA UN PÚBLICO ADULTO.

En TVN y TVMAX, no sólo velamos por que los programas sean pautados en un horario cuyo contenido sea apropiado para el tipo de audiencia, sino que las piezas promocionales que corren durante la programación regular, también deben ser pautadas según lo que establece el Acuerdo de Auto Regulación.

Además de esto, somos cuidadosos de que el contenido de las escenas de las promociones de programas adultos que pueden correr en horario familiar, no muestren grados de violencia, sexualidad o malos ejemplos para la audiencia de los horarios familiares.



