

REPUBLICA ARGENTINA

TERRITORIO NACIONAL DE LA TIERRA DEL FUEGO,  
ANTARTIDA E ISLAS DEL ATLANTICO SUR



HONORABLE LEGISLATURA

LEGISLADORES

Nº 172

PERIODO LEGISLATIVO 198 Z

EXTRACTO: MENSAJE DEL PET Y RESOLUCION 30/87

REF. PEDIDO DE INFORMES Y INFORMACION PUBLICA

Entró en la sesión de: \_\_\_\_\_

COMISION Nº \_\_\_\_\_

Orden del Día Nº \_\_\_\_\_

Fecha 06-11-87 Hs. 15<sup>30</sup> Firma 

*B. Torres*  
Gobernación del Territorio Nacional de la Tierra del Fuego,  
Antártida e Islas del Atlántico Sur

NOTA N° **146** 187.  
LETRA: GOB.

H. LEGISLATURA TERRITORIAL
MESA DE ENTRADA
E. 6 NOV 1987
SEC. <u>L</u> N° <u>172</u> HORA <u>16<sup>10</sup></u>

USHUAIA, - 6 NOV. 1987

SEÑOR PRESIDENTE:

Tengo el agrado de dirigirme a Usted remitiendo adjunto el informe producido por la Subsecretaría de Turismo e Información Pública / respecto a los Artículos 1° y 2° de la Resolución N° 030/87 dada en sesión del día 10 de Septiembre del corriente por esa Honorable Legislatura Territorial.

Asimismo informo a Usted que el Artículo 3° de la mencionada / resolución ha sido respondido por Nota N° 110/87 Letra GOB el día 30 de Septiembre del corriente año.

Sin otro particular, saludo al Señor Presidente con distinguida consideración

  
DR. ALFREDO FERRO  
GOBERNADOR

AL SEÑOR PRESIDENTE DE LA  
HONORABLE LEGISLATURA TERRITORIAL  
DR. DN. OSCAR A. NOTO  
S/D



Gobernación del Territorio Nacional de la  
Tierra del Fuego, Antártida e Islas  
del Atlántico Sur

SUBSECRETARÍA DE TURISMO E INFORMACIÓN PÚBLICA

INFORME SOBRE RESOLUCIÓN N° 030/87 DE LA HONORABLE LEGISLATURA TERRITORIAL.

a.- La situación económica de los Canales de Televisión del Territorio.

A partir del mes de Mayo de 1986 el Gobierno del Territorio a través de la Subsecretaría de Turismo e Información Pública impulsó un proyecto de comunicación sustentado en la integración y participación de la comunidad en su conjunto.

En tal sentido y considerando la vital importancia de los medios de comunicación, en especial el televisivo, se elaboró un programa tendiente al saneamiento económico del área, la reformulación de propuestas programáticas y la incorporación de equipamiento novedoso para los Canales 11 de la Ciudad de Ushuaia y 13 de la Ciudad de Río Grande, priorizando la incentivación de producciones locales y abordando temáticas que refieran a lo testimonial, educativo, deportivo, político y de interés general.

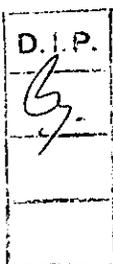
Hasta el período anteriormente mencionado sólo TRES (3) programas de producción local ocupaban espacios televisivos:

- 1.- Actualidad Territorial.
- 2.- Noticiero Municipal.
- 3.- Video Gente.

En el lapso comprendido desde tal fecha hasta el presente las propuestas de producción local han sido TREINTA Y CUATRO (34):

- |                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| 1.- Actualidad Territorial.          | 18.- Historias para ser Contadas.      |
| 2.- Noticiero Municipal.             | 19.- Diálogos.                         |
| 3.- Tratamiento en Detalle.          | 20.- Los Especiales del 11 y 13.       |
| 4.- Modelismo en Acción.             | 21.- La Pulpería del Fin del Mundo.    |
| 5.- En Casa.                         | 22.- Usted y su Salud.                 |
| 6.- Sólo Música.                     | 23.- Nuestro Tiempo.                   |
| 7.- Resumen Deportivo.               | 24.- Video Sábados.                    |
| 8.- A Todo Deporte.                  | 25.- Memorias del Fuego.               |
| 9.- Propuestas.                      | 26.- 5 x 5.                            |
| 10.- Mundo Deportivo.                | 27.- Periodismo Parlamentario.         |
| 11.- En Democracia.                  | 28.- Deportes.                         |
| 12.- El Congreso Somos Todos.        | 29.- Video Gente.                      |
| 13.- Juegue con Nosotros.            | 30.- Todo Deporte.                     |
| 14.- De Igual a Igual.               | 31.- Punto y Coma.                     |
| 15.- La Hora de Barbucha y Emetéreo. | 32.- Reflexiones.                      |
| 16.- Jugüemos de Ida y Vuelta.       | 33.- Vamos a Andar.                    |
| 17.- Hablemos de Nosotros.           | 34.- Historia de Fuego (Coprod. c/ATC) |

En el curso del presente año la producción se extendió en forma igualitaria a los dos canales del Territorio y ambas emisoras transmitieron hasta NUEVE (9) programas de integración a través del sistema doble-vínculo (microondas), factor que sumado a las producciones propias de cada uno de ellos representaba la cuarta parte de su programación diaria.





Gobernación del Territorio Nacional de la  
Tierra del Fuego, Antártida e Islas  
del Atlántico Sur

SUBSECRETARIA DE TURISMO E INFORMACION PUBLICA

///...2.-

La segunda etapa del programa tiene que ver con la consolidación y enriquecimiento de una propuesta integradora por medio del mejoramiento y extensión de la infraestructura con que ambos canales cuentan en la actualidad. Concretado este ambicioso proyecto, los canales de televisión dependientes de la Gobernación de la Tierra del Fuego cubrirían aproximadamente el SETENTA POR CIENTO (70%) de la superficie argentina en la Isla, brindando sus servicios a más del NOVENTA Y CINCO POR CIENTO (95%) de la población.

En virtud de disponer con los recursos para la atención de este proyecto, se articuló una política de comercialización innovadora que desde la implementación del programa permitió reducir el déficit causado por el costo operativo de las emisoras en casi un CUARENTA POR CIENTO (40%) (Sobre este aspecto se suministran detalles en el punto b) del presente informe).

Cabe puntualizar que la tarifa publicitaria actual de las emisoras televisivas dependientes del Territorio no cubre el costo operativo de las mismas y contempla sólo la atención del gasto de emisión que presenta el espacio publicitario (12 minutos por hora) con lo cual la publicidad en los dos canales ha dejado de ser subsidiada.

- b.- Ingresos mensuales por venta de publicidad, su déficit anterior y de qué manera se disminuyó el 40% del déficit aludido en el Mensaje del día 1º de Mayo del corriente.

Se hacía mención en el artículo anterior a la articulación de un proyecto de comercialización innovadora que desde su implementación permitió reducir el déficit causado por el costo operativo.

La definición del nuevo cuadro tarifario fue consecuencia de un pormenorizado estudio a partir de la búsqueda de un punto de equilibrio y conjunción entre las necesidades de la emisora, las aspiraciones de los anunciantes y la expectativa de la teleaudiencia.

Puntualizando que en el mes de Noviembre del año ppdo. la Cámara de Comercio, Industria y Afines, una de las entidades intermedias de la Ciudad de Ushuaia, remitió una nota a la Gobernación sugiriendo la revisión de la política implementado con relación a la comercialización de los espacios publicitarios. Oportunamente se accedió al petitorio con una solución conveniente para ambas partes, materializado en un decreto ampliatorio a tres meses el lapso de ajuste del cuadro tarifario vigente en los canales de televisión.

La propuesta que dejó sin efecto el ajuste mensual que regía anteriormente fue aprobada mediante Decreto Territorial N° 98/87, con un beneficio indudable tanto para los anunciantes como para las agencias publicitarias que operan en ambas emisoras.

En ese entonces, en relación con lo que la entidad mencionada anteriormente señalaba como "excesivo" incremento al ajuste aplicado a las tarifas publicitarias, es dable recordar que el incremento fue calculado en base a la tarifa anterior, de apenas CENTAVOS DE AUSTRAL TRECE (A 0.13.-) el valor del segundo publicitario, equivalente a menos del 2,6% del costo de emisión por segundo.

///...3.



Gobernación del Territorio Nacional de la  
Tierra del Fuego, Antártida e Islas  
del Atlántico Sur

SUBSECRETARIA DE TURISMO E INFORMACION PUBLICA

///...3.-

Al excesivo déficit que presentaban ambas emisoras al momento de aplicarse los nuevos valores se sumaba la saturación publicitaria en todos los horarios, superposición de mensajes promocionales de regular calidad, elevado desgaste de equipamiento, el incremento constante de técnicos y personal especializado en el mantenimiento de los mismos a causa del intenso uso a que estaban sometidos, además de los perjuicios de emisión y recepción en la teleaudiencia que ocasionaba esta situación.

Actualmente el mensaje publicitario es presentado con más calidad, dinamismo y brevedad en beneficio de una mayor recepción. El viejo concepto de llegar por insistencia sin calidad ni medida ha sido subordinado a un nuevo concepto de publicida: la calidad, la brevedad y el impacto.

Los canales de televisión, a su vez, lograron incrementar significativamente su recaudación con la emisión de casi el OCHENTA POR CIENTO (80%) menos/ de tiempo publicitario y el beneficio consecuente en un menor desgaste de equipamiento y reposición del mismo, menor afectación de recursos humanos y mayor agilidad recaudadora.

Por su parte, la teleaudiencia recibe una emisión aliviada de propaganda con mayo prolijidad en la emisión como consecuencia directa de la descompresión publicitaria y programación de mayor calidad, accesible a las mejores condiciones económicas de la emisora.

b.- 1) Ingresos mensuales por venta de publicidad.

LU 87 TV CANAL LL DE USHUAIA

MES/AÑO	1985	1986	1987
ENERO	\$a. 1.563.106.-	A 13.976,06.-	A 35.486,97.-
FEBRERO	\$a. 1.843.900.-	A 13.145,61.-	A 19.468,32.-
MARZO	\$a. 2.663.911.-	A 18.078,88.-	A 29.225,68.-
ABRIL	\$a. 4.289.544.-	A 16.421,94.-	A 28.814,16.-
MAYO	A 5.573,50.-	A 17.830,75.-	A 35.577,63.-
JUNIO	A 6.596,06.-	A 30.160,98.-	A 50.155,90.-
JULIO	A 9.769,23.-	A 48.195,38.-	A 42.031,16.-
AGOSTO	A 13.385,26.-	A 30.744,63.-	A 51.429,14.-
SEPTIEMBRE	A 13.593,03.-	A 29.001,45.-	A
OCTUBRE	A 16.268,60.-	A 34.673,47.-	
NOVIEMBRE	A 14.854,44.-	A 61.265,45.-	
DICIEMBRE	A 16.975,95.-	A 57.554,27.-	

///...4.-



Gobernación del Territorio Nacional de la  
Tierra del Fuego, Antártida e Islas  
del Atlántico Sur

SUBSECRETARIA DE TURISMO E INFORMACION PUBLICA

///...4.-

LU 88 TV CANAL 13 DE RIO GRANDE

MES/AÑO	1985	1986	1987
ENERO	\$a. 6.625.242.-	A 11.694,85.-	A 35.295,34.-
FEBRERO	\$a. 7.157.126.-	A 20.414,80.-	A 16.455,36.-
MARZO	\$a. 9.008.117.-	A 14.166,73.-	A 60.221,00.-
ABRIL	\$a. 12.375.654.-	A 21.970,78.-	A 28.498,43.-
MAYO	\$a. 15.382.105.-	A 24.875,82.-	A 36.065,48.-
JUNIO	1º al 14 \$a. 9.837.240.-	A 11.295,50.-	A 74.085,31.-
	15 al 30 A 9.859,05.-	A 14.794,07.-	A 81.994,29.-
JULIO	A 19.988,72.-	A 16.556,62.-	A 110.128,06.-
AGOSTO	A 10.298,38.-	A 19.068,30.-	
SEPTIEMBRE	A 8.957,46.-	A 14.967,13.-	
OCTUBRE	A 13.603,86.-	A 5.924,88.-	
NOVIEMBRE	A 12.332,59.-	A 16.285,05.-	
DICIEMBRE	A 15.189,54.-		

b.- 2) Déficit anterior.

Tomando como base la situación al mes de Mayo de 1986 se puede citar que en ese entonces el déficit que presentaban los Canales de Televisión dependientes del Territorio era del PORCIENTO SETENTA Y CINCO (75%) aproximadamente, citando a continuación los motivos por los cuales se llegó a ese índice:

- 1º.- Baja tarifa publicitaria y equivocada política en la comercialización / de los espacios publicitarios.
- 2º.- Saturación de espacios publicitarios del Estado (licitaciones, mensajes varios).
- 3º.- Equipamiento deficiente en constantes reparaciones.

b.- 3) De qué manera se disminuyó el 40% del déficit aludido en el Mensaje del 1º de Mayo del corriente año.

D.F.  
6.

Uno de los factores que indudablemente colaboró en la reducción del déficit fue la sanción del Decreto Territorial N° 4074/86 que aprueba la reglamentación del funcionamiento de los Departamentos Comerciales de los Cana-

///...5.-



Gobernación del Territorio Nacional de la  
Tierra del Fuego, Antártida e Islas  
del Atlántico Sur

SUBSECRETARIA DE TURISMO E INFORMACION PUBLICA

///...5.-

les televisivos territoriales y el reordenamiento y valorización de las categorías para la venta de publicidad comercial y/o servicios de producción a emitirse en los canales mencionados (aparte del detalle mencionado en el punto a.).

Esta política contempló los siguientes aspectos a los fines / de regular el funcionamiento:

1.- TARIFAS GENERALES:

Categoría "A" (de 19.00 a 01.00 hs).

Categoría "B" ( de apertura a 18.00 hs incl.)

Categoría "C" (exclusivamente para espacios que se emitan programas de producción local).

2.- UBICACION DENTRO DEL PROGRAMA:

CINCUENTA POR CIENTO (50%) de recargo sobre el valor del segundo en / la categoría respectiva, considerándose mención dentro de programa, / al comercial a emitirse luego de la iniciación y antes de la finaliza-  
ción de cada programa, con excepción de la categoría "C".

3.- PROGRAMAS AUSPICIADOS:

Los canales valorizarán dichos programas cuyo costo no podrá ser infe-  
rior al valor que se obtendrá de la suma que resultare del monto del/  
alquiler del programa, cantidad de segundos disponibles para la publi-  
cidad dentro del mismo en la categoría correspondiente, costos de pro-  
gramas a levantar para la emisión del auspicio.

En caso de auspicio de programa a emitirse fuera del horario contem-  
plado dentro de las categorías en vigencia, el valor del segundo de /  
publicidad surgirá del valor de la categoría "A" más los costos opera-  
tivos antes mencionados.

En caso de que las emisoras tuviesen previsto la difusión de un pro-  
grama ó evento especial (directo ó grabado), siendo conveniente su co-  
mercialización, la Gerencia Comercial procederá notificando a cada u-  
na de las agencias que publiciten en forma directa con los canales y/  
ó anunciantes directos, mencionando los detalles del auspicio ofreci-  
do: valor base del auspicio, fecha y horario tope para presentar la a-  
ceptación, día y hora de apertura de la licitación a sobre cerrado.  
Si habiéndose llamado a licitación dos ó más agencias ó anunciantes /  
directos ofrecieran igual valor por el auspicio, en ese momento se ci-  
ta un nuevo ofrecimiento entre aquellos fijando día y hora específica  
a sobre cerrado.

4.- PROGRAMAS LOCALES GRABADOS O EN VIVO:

Idem al punto anterior respecto al costo del espacio al que deberá su-  
marse el monto producido por la utilización de los elementos y/o perso-  
nal de la emisora.

La decisión de la eventual difusión será exclusiva del canal quien ob-  
servará las características del mismo para su aprobación.

///...6



Gobernación del Territorio Nacional de la  
Tierra del Fuego, Antártida e Islas  
del Atlántico Sur

SUBSECRETARIA DE TURISMO E INFORMACION PUBLICA

///...6.-

5.- SERVICIOS:

También se ha previsto tarifas para los siguientes casos:

Hora-Temperatura-Humedad.

Avisos de interés público/carácter comercial.

Nuestro Proximo Programa (valor de acuerdo a la categoría de emisión)

Los espacios Hora-Temperatura-Humedad y Nuestro Próximo Programa se-  
rán contratados con una duración de CINCO (5) segundos como mínimo.

6.- SERVICIOS DE PRODUCCION:

Se han previsto tarifas especiales también para estos casos a fin de  
producir aún más el equipamiento de los Canales:

- Filmado y compaginación total de un corto comercial.
- Confección de cartón de publicidad y juego de cinco placas de vidrio.
- Compaginación ó editado de filmaciones.
- Copias de VC, corto comercial ó programa.
- Inserción de audio ó sobreimpresos.
- Programas en vivo (uso de cámaras, estudio, control central, editora  
y personal).

Los valores de estos trabajos están calculados en una hora de trabajo  
aún en los casos en que el tiempo utilizado haya sido menor. Las frac-  
ciones se toman de hora en hora.

7.- FORMAS DE PAGO:

Clientes Directos ó Anunciantes

- Pago adelantado.
- Pago vencimiento de campaña publicitaria.
- Pago TREINTA (30) días fecha de factura.

Descuentos sobre facturaciones de campañas publicitarias:

- Por pago adelantado 5%.
- Por continuidad 5%.
- Por volumen de facturación sobre campaña publicitaria,  
porcentaje según tabla vigente.

Agencias de Publicidad

- Pago Adelantado.
- Pago TREINTA (30) días fecha de apertura.

Descuentos sobre facturaciones de campañas publicitarias:

- Por Ley Radiodifusión 15%.
- Por volumen mensual facturado, porcentaje según tabla vigente.
- Por pago adelantado 5%.

La "continuidad" sobre campañas publicitarias de clientes de Agencias  
ó directo de los Canales es aplicada cuando los mismos contratan las  
emisiones comerciales durante TREINTA (30) días corridos en una misma  
orden de publicidad como mínimo.

De la R.  
G.

///...7.



Gobernación del Territorio Nacional de la  
Tierra del Fuego, Antártida e Islas  
del Atlántico Sur

SUBSECRETARIA DE TURISMO E INFORMACION PUBLICA

///...7.-

Escala de Volumen.

Se ha previsto una escala de volumen también que tiene un descuento en beneficio de los anunciantes que es actualizada trimestralmente, que va desde el TRES (3%) al VEINTE (20%) de descuento.

Recargo por Atraso de los Pagos

Se ha previsto los recargos pertinentes ante los atrasos en los pagos.

8.- CONDICIONES GENERALES:

Se ha previsto una reglamentación del servicio con acuerdo previo con las Agencias de Publicidad para determinar los pasos generales de entrega y recepción del material como así la calidad del mismo y obligaciones de ambas partes.

Otro de los aspectos que han colaborado en la reducción del déficit de los Canales televisivos fue la confección de un cronograma de horas extras mínimas e indispensables como así la compra de material filmico para emitir a bajo costo debido a las compulsas de precios que se efectúan entre las distintas distribuidoras.

c.- Cuáles son los motivos que permiten a la Fundación del Banco del Territorio emitir menciones publicitarias ó auspicios de programas sin costo.

En la actualidad mediante Decreto N° 4074/86 se encuentra vigente la reglamentación de funcionamiento de los Departamentos Comerciales de Canal 11/ y 13 del Territorio y ése instrumento contempla un reordenamiento y valorización de categorías para la venta de publicidad comercial y servicios de producción que se emitan por los canales televisivos mencionados.

En virtud a que en reiteradas oportunidades instituciones de servicios, clubes deportivos, organismos nacionales solicitaron espacios publicitarios con carácter gratuito en razón de realizar eventos culturales y/ó campañas en beneficio de la población, el Gobierno del Territorio se ha visto obligado a crear una categoría PROMOCIONAL "D", unicamente para los casos apuntados precedentemente. Esto se encuentra amparado por Decreto Territorial N° 4536/86.

Por otra parte señalamos que se han emitido mensajes de la Fundación y contrariamente podemos citar que la Fundación del Banco del Territorio colabora ampliamente con los canales televisivos del Territorio, señalándose que este año cedió en DOS (2) oportunidades en forma gratuita la producción denominada "Historia de Fuego", cuyo copyrigh es de su propiedad (derechos).

ATILIO ALBERTO MEZA  
SUBSECRETARIO  
Turismo e Información Pública