

## CAPÍTULO 6

# Apreciaciones de la ética en los estudios de la televisión en Chile

*Appreciations of Ethics in television studies in Chile*

**Manuel Alejandro Rivera Careaga**

© <https://orcid.org/0000-0001-9501-4277>

✉ [mriviera@ucsc.cl](mailto:mriviera@ucsc.cl)

Universidad Católica de la Santísima Concepción, Chile

## Resumen

Los estudios que habitualmente realiza el Consejo Nacional de Televisión (CNTV) de Chile, como organismo que debe velar por el correcto funcionamiento de este medio, tienen una importante base bibliográfica y empírica, permitiéndole abordar diferentes temáticas y grupos segmentados de audiencia, de forma variable cada año. Estos resultados permiten conocer las temáticas de interés, las cifras de rating para alguna cadena o espacio televisivo, y los antecedentes y reflexiones esenciales que, en algunos casos, guían las discusiones de la industria audiovisual nacional, las decisiones de inversiones publicitarias y los alcances académicos en diversas áreas de la formación audiovisual profesional.

### *Cita este capítulo / Cite this chapter*

Rivera Careaga, M. A. (2023). *Apreciaciones de la ética en los estudios de la televisión en Chile*. En: Gutiérrez Atala, F. y Muñoz Joven, L. A. (Eds. científicos). *Ética y moralidad en los medios de comunicación: investigaciones y propuestas* (pp. 177-192). Cali, Colombia: Editorial Universidad Santiago de Cali.

Recepción / Submission: 22 de septiembre (September) de 2022  
Aprobación / Acceptance: 27 de junio (June) de 2023



Por el alcance y la relevancia de estas investigaciones, es que es preciso observar también, los tópicos que surgen sobre estas problemáticas y el quehacer de la ética en la televisión nacional, tanto desde su análisis a través de la audiencia, como desde la propia unidad responsable de la regulación de los contenidos programáticos. Se desarrolló así, un análisis bibliográfico comparativo para las publicaciones de los últimos 12 años (2010-2022) que permitiera examinar las directrices procedentes desde el propio CNTV para el desarrollo de contenidos que las estaciones televisoras y las apreciaciones del público respecto a principios éticos como el respeto a la dignidad humana, el cuidado de la niñez y la exacerbación de la violencia.

El proceso investigativo permitió revisar la preocupación por parte del Consejo Nacional de Televisión, de propiciar lineamientos normativos respecto al tratamiento de las imágenes en prensa, la positiva valoración que manifiesta el público por el resguardo de temáticas con alta sensibilidad (adultos mayores, migración y sexualidad, por ejemplo) y la necesidad de mantener o aumentar el número y difusión de estos documentos de trabajo.

**Palabras clave:** Público, Encuesta, Medición, Rating, CNTV

## **Abstract**

The studies usually carried out by the National Television Council (CNTV) of Chile, as the body that must ensure the proper functioning of this medium, have an important bibliographic and empirical base, allowing it to address different topics and segmented audience groups, variable each year. These results allow knowing the topics of interest, the rating figures for some network or television space, and the background and essential reflections that, in some cases, guide the discussions of the national audiovisual industry, the advertising investment decisions and the academic achievements in various areas of professional audiovisual training.

Due to the scope and relevance of these investigations, it is also necessary to observe the topics that arise on these problems and the work of ethics on national television, both from its analysis through the audience, and from the unit itself. responsible for the regulation of program content. Thus, a comparative bibliographical analysis was developed for the publications of the last 12 years (2010-2022) that would allow examining the guidelines coming from the CNTV itself for the development of contents that the television stations and the public's appreciations regarding ethical principles such as respect for human dignity, care for children and the exacerbation of violence.

The investigative process allowed reviewing the concern on the part of the National Television Council, to promote regulatory guidelines regarding the treatment of images in the press, the positive assessment expressed by the public for the protection of highly sensitive issues (older adults, migration and sexuality , for example) and the need to maintain or increase the number and dissemination of these working documents.

**Keywords:** Public, Survey, Measurement, Rating, CNTV

## **Introducción**

### **¿Cuál es la relación entre la Ética y la Televisión?**

Es importante recordar que, siendo la televisión un medio de comunicación, debe enmarcarse en parámetros éticos esenciales para una adecuada convivencia social. No está exento de responsabilidad al momento de emitir un mensaje, pues dentro de sus funciones no sólo está el entretener e informar, sino también el educar.

Existe como transmisor ético, en la medida en que colabora con la formación de la conciencia, pues en algunas instancias ha sido factor determinante para tomar ciertas resoluciones en quienes acceden al mensaje que entrega. Recordando que la conciencia moral es

entendida como un juicio personal, por el que las exigencias del bien humano se hacen presente.

Es importante que, al asumir el rol de formador, el contenido que es emitido a través de una pantalla se ajuste a lo verdadero. Entendiendo Verdad como aquella constatación con la realidad que explicaban los filósofos antiguos. Se trata de entregar información fidedigna, sin espacios a relativismos que la tergiversen, o que intenten mostrar que la verdad depende de quién la entregue y de quien la reciba. Es fundamental comprender que aquello que es verdadero no depende del emisor ni del receptor, sino simplemente de aquello que realmente ocurre.

Bien sabemos que desde antaño se han defendido posturas que buscan establecer que no existe una verdad objetiva, y que todo dependería de la experiencia de cada individuo. Incluso, que la realidad es lo que el ser humano decide que sea: “El hombre es la medida de todas las cosas: de las que son, en tanto que son, y de las que no son en tanto que no son”, postulaba Protágoras (sofista griego 485 – 411 AC). Con dicha sentencia, el filósofo nos explica que quien determina qué cosa es la verdad, es el sujeto mismo, de acuerdo con sus conocimientos sensoriales o percepciones. Y, como aquellos son cambiantes, la verdad también lo será.

Esto arrastra un problema mayor, pues la mayoría de los seres humanos consideraría que su versión de los hechos, es decir, su verdad, es la universalizable; todos creen tener suficiente razón. Para Tomás Melendo (2007), profesor catedrático de la Universidad de Navarra en España, el problema se originaría cuando las personas olvidan la búsqueda del Ser, y centran su atención al conocimiento humano. Y este último, como ya sabemos, se encuentra inundado de sus paradigmas, sus creencias, sus valores, etc.

El problema del relativismo es que no podremos darnos cuenta de que estamos equivocados, sino hasta cuando seamos capaces de salir de nuestra zona de confort y confrontar nuestras verdades con la realidad. Y ¿de dónde obtenemos entonces, un conocimiento seguro?

He aquí la importancia de la televisión como medio informativo, pues debería no sólo transparentar la realidad, sino que entregarla en su forma más pura posible. Evitando sea manipulada por intereses políticos, publicitarios, financieros, o de terceros, si ostenta ser un medio verdadero y válido.

Pero llegamos aquí a otro dilema: la televisión debe financiarse para producir contenido, y quienes ofrecen los medios para lograr que el negocio pueda funcionar cada día, imponen también sus condiciones para aquello. Lo que se exhibe, podría ser entonces, manipulado por quienes responden a intereses particulares y compran los espacios en la TV.

Ahora bien, quienes financian la industria de la televisión son también personas, que no se eximen de responsabilidad moral al momento de imponer sus valores, principios, ideales o ideologías a través de un medio de comunicación tan poderoso. La TV es el medio a través del cual se han formado generaciones, y a pesar del gran impacto de diversas plataformas y redes digitales que le han quitado cifras de protagonismo, la televisión ha sabido adecuar a tiempo sus formatos y transformarse hoy, en una segunda pantalla que invita al debate y a la conversación social sobre ella, provocando enormes arcos de influencia sobre en la sociedad. (Neira, 2015)

Si bien, bajo términos jurídico-legales, existe el resguardo de cada programa de televisión al momento de emitir un mensaje, explicando que, en muchas oportunidades lo que en ellos se exponga va a ser “de exclusiva responsabilidad de quienes lo emiten, y no representan necesariamente el pensamiento de un canal de televisión en concreto”, no obstante, existe una responsabilidad de la que nadie puede excluirse, y es que por el sólo hecho de ser personas, seres racionales y por ende libres, cada uno de nuestros actos nos compromete. Nuestro obrar no es gratuito, y por tanto no puede ser amoral. Cada cosa que hacemos afecta nuestro ser y el de los demás, por lo anterior es que siempre estamos siendo juzgados; ya sea por los demás o por nuestra propia conciencia.

En un primer lugar debemos responder a nuestra conciencia, la que debería ceñirse a lo que conocemos como Ley Natural, intentando cumplir con la regla de oro “tratar a los demás como me gustaría que me trataran a mí”. Y en este punto no podemos tomar como medio a un público espectador, para conseguir fines individuales, pues estaríamos pasando a llevar su dignidad ontológica. Por otro lado, somos responsables, como miembros de una sociedad, de colaborar con el Bien Común, que es entendido como el trabajar en conjunto para alcanzar el perfeccionamiento de todos y cada uno de los miembros de la comunidad que hemos formado como seres humanos. Nuestros actos implican una responsabilidad hacia nosotros y hacia los demás. Llegamos así a otra máxima de la Ética Clásica: el fin no justifica los medios. Sabemos que existen lo que llamamos: Criterios para evaluar el acto moral, y que son: objeto, fin y circunstancias. Y para que un acto sea considerado moralmente bueno, estos tres ítems deben estar en regla; es decir, no pueden transgredir ni la Ley Natural, ni la Ley Positiva (leyes que han dictaminado los seres humanos para poder vivir en una sociedad ordenada). Para Aristóteles, será necesario que se ordene cada uno de nuestros actos en pos de nuestro fin teleológico: alcanzar la felicidad, y aquella sólo se logrará a través de la virtud. Por tanto, no podemos sino enmarcar cada uno de nuestros actos en aquellos medios y fines que sean buenos para nosotros y buenos para los demás. Que colaboren con el perfeccionamiento de nuestra naturaleza.

Y éste mismo perfeccionamiento es el que debe mover los fines de una industria que no puede controlar el alcance de un mensaje que emite en un momento determinado. Se trata de un público totalmente heterogéneo, del que también sabemos no es responsable, pues a la televisión acceden menores de edad sin criterio formado, y será responsabilidad de sus tutores el controlar, sesgar o limitar la información que pueden recibir. No obstante, y nuevamente, aquello no exime de responsabilidad al emisor del mensaje, quien debe cumplir con actos moralmente aceptables, dentro de una sociedad que le exige ciertas formas de conducta y que ostenta la colaboración permanente al bien común.

Vivir rectamente implica realizar una jerarquía en nuestras preferencias, y de aquello se ocuparon los antiguos filósofos, quienes nos ofrecían un criterio para ordenar nuestras intenciones; y es debido a aquello que nos haga feliz y nos permita, simultáneamente, estar en paz consigo mismo. Por lo anterior, es que cada profesional que colabora con el mundo de la televisión, ya sea desde la vereda de la realización o desde el financiamiento, debe procurar conocer sus deseos, revisar cuáles colisionan con el fin antes mencionados, y ordenarlos jerárquicamente para saber cómo obrar a la luz de la razón y la virtud.

Por último, y tal como se indicaba en un comienzo; es relevante asumir a la televisión como un potente transmisor ético que incidirá en la formación de incalculables conciencias, que no sólo recibirán un mensaje asumiéndolo como válido y verdadero; sino que también aquel mensaje, al incorporarse en la conciencia moral, conllevará ciertos tipos de acciones en el individuo. Tal como lo señala Joaquín García Huidobro (2005), la existencia de la conciencia es una clara comprobación de que la razón tiene un uso práctico y no se limita simplemente a elaborar estrategias para el logro de ciertos intereses o a servir de ayuda para la satisfacción de los gustos personales.

A todo lo anterior podría reprocharse el hecho de que la televisión cumple varios roles, como mencionábamos en un inicio; y que no sólo debe informar oportunamente, sino también entretener o directamente lucrar a través de la publicidad. Sin embargo, como todo campo dominado por seres humanos, no está ajeno a control, fiscalización, o censura, entre otros; pues está hecho por y para personas, que están en permanente formación de la conciencia, y cada mensaje es entendido como verdad, si no potenciamos, por otro lado, el espíritu crítico en los televidentes. Cuidando, eso sí, no caer en escepticismos extremos que invaliden un mensaje per se.

Podemos concluir entonces que será responsabilidad, tanto de los medios de comunicación en general, y en este caso en particular: el mundo de la televisión, y de quienes consumen este tipo de medios;

el realizar un análisis crítico respecto a qué emitir y qué visualizar, comenzando por los profesionales de quienes depende la industria de la televisión, los que deben manifestar un compromiso claro con el fin de su profesión, tomando como norte el profesionalismo y la vocación, sin descuidar la dignidad de las personas, y considerándolas fin último de toda labor. Un correcto profesional no sólo cumple con las leyes y las normas asociadas a los medios de comunicación por miedo a la sanción; sino que lo hace, más bien, para procurar ser un profesional de excelencia. Y, por otro lado, es deber de las familias el educar también en la virtud; pues no olvidemos también que el contenido a desarrollar por parte de los profesionales que construyen el mundo de la televisión dependerá en gran medida de lo que el público quiere ver. Por tanto, el compromiso será exigir programas de calidad, que tengan como norte informar y educar en la verdad. Tal vez no toda la parrilla programática puede cumplir con dicha finalidad, pero sí al menos los programas que declaran encaminar sus contenidos en esa línea.

Lamentablemente hoy en Chile, los estudios existentes sobre ética en televisión no han podido medir el impacto que han tenido los análisis ya ejecutados y recomendaciones existentes desde hace poco más de una década. En ese sentido, los aportes realizados, han evaluado consideraciones temporales muy puntuales o en escenarios contextuales de rango temporal muy acotado. La sugerencia es entonces, proponer estudios sobre la moral o la ética, que puedan desarrollarse en periodos más extensos de tiempo o que involucren casos comparativos para revisar avances significativos en el tiempo. Esto queda a consideración, al revisar que las denuncias ciudadanas por vulneración de principios establecidos en la norma televisiva, no han ido a la baja. Por ejemplo, solo al observar los años 2020 y 2021, se superan las 23.000 denuncias. (CNTV, Histórico, 2022). Este descuido podría deberse a que ese fin que justifica los medios, los mantiene en el desarrollo acelerado de producción, que no permite realizar un momento de pausa y realizar este análisis tan necesario, por el impacto en la conciencia de los individuos que consumen su contenido.



La invitación es a no transformar la pantalla en un sofista más, que sólo se ocupa de convencer a un público a través de deslumbrantes exhortaciones, cuya verdad parece no interesar, pues el bien del televidente pasa a tercer plano; sólo importa enviar un reluciente mensaje para cumplir los propósitos de quien los idea o controla. La invitación a los medios es entonces, a realizar un alto, a reflexionar en torno al compromiso moral, observar al telespectador como fin último, y procurar entregar un mensaje de calidad y verdadero en lo social. Pues en el error no hay conocimiento, ya que conocer erróneamente algo, equivale a no conocer en absoluto.

## Metodología

El trabajo investigativo se basó en la metodología exploratoria cualitativa, a través de la revisión sistemática de la bibliografía producida por el Consejo Nacional de Televisión (CNTV) en Chile, a través de su Departamento de Estudio, en los últimos 12 años. Los documentos se encuentran disponibles en acceso abierto, en la dirección de Internet institucional (<https://www.cntv.cl/estudios-y-estadisticas/estudios/>) dentro de la ventana Estudios.

El CNTV, creado el año 1970, es, como señala su portal en Internet, “el organismo que debe velar por el correcto funcionamiento de la televisión chilena a través de políticas institucionales que tiendan a orientar, estimular y regular la actividad de los actores involucrados en el fenómeno televisivo, en sintonía con los cambios tecnológicos y socio culturales, en un contexto de creciente internacionalización” (CNTV, Acerca, 2022) y es por tanto, la unidad pública central de los estudios de audiencia, recepción y opinión sobre la TV en el país.

La hipótesis de trabajo establece que “el Consejo Nacional de Televisión, en Chile, ha propiciado en un número significativo, la discusión y promoción en torno a las problemáticas éticas en que participa la televisión dentro de la responsabilidad social que dispone”. Este número está acompañado de una correcta metodología y validación del

proceso y de sus resultados, siendo una referencia permanente para los estudios de medios.

Respecto a las audiencias y su rol en la recepción de los contenidos, G. Orozco (1996) señala que, en ese proceso, llamado televidencia, coexisten múltiples interacciones no solo durante el visionado de un espacio, sino que, de manera previa y posterior, a través de conversaciones con otras personas, que se mantienen en un extenso proceso de consumo. Las interacciones pueden ser simbólicas, perceptivas, afectivas y agenciativas (Orozco, 1996). Precisamente a través de este vínculo, es que como indica Amparo Huertas, *“preocupados por saber cómo el espectador se relaciona con la televisión, desembocamos en la idea de la sociedad del espectáculo, del entretenimiento, del placer, en la que receptor establece con la televisión, vínculos afectivos de manera consciente y no el resultado de un mero estímulo”* (Huertas, 2002: 115).

En este escenario, revisar las interrogaciones éticas que tienen su origen entre los impactos naturales y humanos (de interacción afectiva) y del peso de las formas culturales que la soportan (Pulgar, 2017) se convirtió en una necesidad para profundizar en la hipótesis de trabajo.

La primera etapa consistió en la clasificación de los estudios realizados en el periodo observado, y basado en la metodología que se utilizó para recabar y ordenar la información, se propusieron las siguientes cinco tipologías:

- Estudios cuantitativos y de medición de audiencia (rating).
- Estudios cualitativos de opinión y entrevista (público).
- Estudios de focus group con paneles de expertos.
- Decretos, normativas y regulaciones generales.
- Resúmenes anuales.

Simultáneamente, la disposición de los archivos para revisión y descarga, desde la dirección web institucional del CNTV, propone 158

documentos de estudio, divididos en 11 categorías, según la temática que desarrolla:

- Audiencia infantil y juvenil: 33 documentos
- Adultos mayores: 4 documentos
- Franja electoral: 19 documentos
- Género: 12 documentos
- Regulación: 26 documentos
- Pluralismo: 16 documentos
- Estudios sobre calidad de la televisión: 5 documentos
- Televisión cultural y televisión pública: 11 documentos
- Noticieros, matinales y farándula: 14 documentos
- Televisión comunitaria: 7 documentos
- Recomendaciones, lineamientos y orientaciones: 11 documentos

Con ambos datos (metodología y temática) se procedió a revisar los contenidos de cada trabajo, considerando como criterio de selección que el estudio abordara el carácter ético de las implicancias del tema. Esta condición podía ser referida a una pregunta o a la totalidad del texto. Lo relevante, era reconocer el interés en mencionar o intervenir con este tema. Tras esa revisión, los documentos seleccionados, según su año de creación, son:

2010:

- “Cobertura televisiva del Terremoto en Chile: Construcción de aspectos de género”.
- “Terremoto Informe de Cobertura Televisiva”.

2012:

- “Victimización secundaria: los noticieros y la cobertura informativa del crimen”.

- “Informe de resultados Estudio de Tratamiento de los Noticiarios en delitos contra las Personas: víctimas y victimarios”.
- “La calidad en géneros informativos y de entretenimiento no ficcional. Lenguajes e identidades”.

2013:

- “Pluralismo: percepciones de los televidentes”.
- “Pluralismo mediático”.

2014:

- “Estudio de revisión bibliográfica: estándares de calidad en TV infantil”.
- “Los desafíos de la audiencia televisiva como objeto de estudio”
- “Noticiarios. Discusión en torno a la calidad”.

2015:

- “Identificación de buenas prácticas para la cobertura televisiva de tragedias, desastres y delitos. Recopilación de códigos deontológicos y experiencias de autorregulación internacionales”.
- “Valoración de la ética en Departamentos de Prensa de Televisión”.
- “Identificación de buenas prácticas para la cobertura televisiva de tragedias, desastres y delitos. El discurso de informantes clave”.
- “Orientaciones para la participación de niñas, niños y adolescentes en la comunicación mediática”.

2016:

- “Análisis comparativo de género en programas de televisión”.
- “Reality shows y la relación con las audiencias”.
- “El aporte de la TV para una sociedad inclusiva y diversa”.
- “Recomendaciones para el tratamiento mediático en el tema del suicidio”.

2017:

- “Lineamientos para un trato mediático adecuado de la inmigración en TV”.
- “Recomendaciones para el tratamiento mediático de la igualdad entre hombres y mujeres”.
- “Recomendaciones para el tratamiento mediático de la orientación sexual e identidad de género”.

2018:

- “Recomendaciones para el tratamiento mediático de personas con discapacidad”.
- “Recomendaciones para el tratamiento mediático de personas mayores”.

2019:

- “Noticias falsas y regulación”.
- “Emergencia COVID-19. Televisión y buenas prácticas”
- “Imagen y Desafíos CNTV. Estudio con informantes clave

## **Conclusiones y proyecciones**

Se puede concluir que existe un número valioso de documentos que aborda los problemas de afección de la ética en los contenidos televisivos y en la percepción de las audiencias. Un ejemplo de ello es el último informe creado con la temática, del año 2019, “Imagen y Desafíos CNTV. Estudio con informantes clave”, en donde *“uno de los temas que concitan mayor acuerdo es la protección a menores y, por extensión, la regulación contra problemáticas como el bullying y el cyberbullying, que afectan potencialmente a toda la ciudadanía, pero es especialmente grave cuando se trata de niños, niñas y adolescentes”* (CNTV, 2019: 33).

Y más adelante, en las conclusiones menciona que *“La pertinencia de una institución que resguarde, proteja y garantice el interés público que*

*existe en los espacios que se configuran en este nuevo escenario, cobra mayor sentido entre quienes visualizan que se trata de un sector donde se define la esfera pública, espacios donde se da la convivencia democrática. Son estos aspectos los que fundamentan la proactividad que puede tener el CNTV al definir aquello que está en juego cuando se trata de resguardar principios como los definidos en el Art. 1 de la ley y que si bien, lo restringe sólo a la televisión y no a otros medios, abre el debate respecto de lo que sucede con los espacios que generan las actuales plataformas en internet” (CNTV, 2019: 25).*

La percepción de la audiencia es también positiva en el cumplimiento de las normas legales y particulares que tienen las estaciones televisivas, reconociendo el compromiso de servicio público que el medio realiza. Las pautas éticas de cada canal y algunos aspectos transversales como la dignidad, veracidad y el respeto son altamente valorados, principalmente en el área de prensa. En este tema, solo existe una excepción a esta percepción general, que se relaciona con la cobertura que se entrega en algunas situaciones de las llamadas “tragedias nacionales”, como grandes terremotos o incendios. Allí se describe que: “Si bien, los canales de televisión nacionales se han dado normas internas de autorregulación, en las que se incluyen las situaciones de catástrofes o tragedias, no suelen incluir normas específicas. Asimismo, si disponen de este tipo de normas, en muchas oportunidades ellas no se traducen en una praxis del ejercicio periodístico o en las definiciones programáticas y editoriales del día a día. Tampoco poseen tales medios de comunicación mecanismos de participación de sus audiencias en el cumplimiento de dichas reglas” (CNTV, 2015: 22). Cabe mencionar que, para estos casos, habitualmente los canales generan grandes jornadas de transmisión ininterrumpida, trasladando grandes recursos logísticos a las zonas de emergencia, en busca de relatos de “sobrevivientes o afectados” que permitan describir el horror de la situación. Es precisamente allí, donde ocurren estas situaciones que desestiman la prudencia y la templanza, y fuerzan del morbo de la situación.

La valoración respecto al proceso de selección, apreciación y discusión de un programa de televisión se basa en la capacidad individual

para aprender a elegir correctamente. Esa decisión está basada en las experiencias, en las recomendaciones de cercanos y fundamentalmente, en la fortaleza de disposiciones normativas estables, que actúen articulando la priorización de las necesidades de los demás participantes de una sociedad, proyectando hacia el bien común. Estas medidas evitan que los aspectos perjudiciales de un determinado contenido televisivo, afecte, debilite, produzca incomodidad, molestia o acostumbra a la conciencia individual y al sentido colectivo de la sociedad receptora de esos mensajes.

Esto es particularmente relevante, porque la ética es la base para desarrollar una vida lograda, que eleve las capacidades de la razón, perfeccionando el diálogo y propiciando otras acciones que atiendan a un bienestar de conciencia permanente. Un medio de comunicación masivo como la televisión no puede estar ajeno a la responsabilidad cívica que le es propia y debe tender a orientar su línea editorial y puesta en escena, con los principios de una sana convivencia social fundamental. Como indica García Huidobro (2015), “la vida conforme a la razón, la búsqueda del bien moral, supone un esfuerzo diario, por adquirir determinadas disposiciones, las virtudes, que solo se consiguen mediante una paciente ejercitación” (pág. 225). Esto, que se aplica al ser humano, puede también ser adecuado al medio.

## **Referencias Bibliográficas**

CNTV (2015). “Identificación de buenas prácticas para la cobertura televisiva de tragedias, desastres y delitos. El discurso de informantes clave”. Pag.22.

CNTV (2019). “Imagen y Desafíos CNTV. Estudio con informantes clave”. Pág. 25 y pág. 33

García-Huidobro, J. (2005). El anillo de Giges. Una introducción a la tradición central de la ética. Editorial Andrés Bello, Chile.

Huertas, A. (2002). La audiencia investigada. Editorial Gedisa S.A. España. Pág. 115

Melendo, T. (2007). Introducción a la filosofía. Tercera edición. Ediciones Universidad de Navarra S.A. España.

Neira, E. (2015). La otra pantalla. Redes sociales, móviles y la nueva televisión. Editorial UOC, España.

Orozco, G. (1996). Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo. México, Ediciones de la Torre, Universidad Iberoamericana.

Pulgar, R. (2017). La ética en la era de la tecnociencia. Universidad de Concepción. RIL Editores.

**Web:**

<https://www.cntv.cl/>

<https://www.cntv.cl/acerca-del-cntv/>

<https://www.cntv.cl/estudios-y-estadisticas/estudios/>

<https://www.cntv.cl/denuncias/>