

U I. Introducción Páginas 03-06

UZ.
CARTOON NETWORK
AMÉRICA LATINA:
ÉXITO Y
RESPONSABILIDAD
PÁGINAS 07-10

MOVIMIENTO CARTOON PÁGINAS 11-18

04. La importancia de Las alianzas Páginas 19-24 05. CAMPAÑAS AL AIRE EN 2010 PÁGINAS 25-28

OG. EVENTOS PÚBLICOS PÁGINAS 29-36

07. CONCLUSIÓN PÁGINAS 37-40

08. Declaración De Valores Páginas 41-46

09.CONTACTO
PÁGINA 48









CARRERA CARTOON CHILE
 CARRERA CARTOON CHILE

CARTOON NETWORK AMÉRICA LATINA SE ENOR-GULLECE EN PRESENTAR EL PRIMER INFORME ANUAL DE MOVIMIENTO CARTOON, NUESTRO PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EM-PRESARIAL. ESTE INFORME ESPECIFICA LAS BASES Y LA LÓGICA QUE SUSTENTAN LA CRE-ACIÓN DE MOVIMIENTO CARTOON Y RESALTA LAS CAMPAÑAS PRO-SOCIALES, EVENTOS Y ALIAN-ZAS QUE CARTOON NETWORK HA CELEBRADO DURANTE EL ÚLTIMO AÑO.

El año 2010 ha sido decisivo en la evolución de Movimiento Cartoon. Durante el mismo, hemos definido la declaración integral de los valores que hoy guían a Movimiento Cartoon; al mismo tiempo, nos hemos esforzado por encontrar nuevos caminos para no sólo llegar a nuestra audiencia de 34 millones de hogares sino más allá. Hemos establecido una alianza estratégica de varios años con el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), la organización más importante del mundo en la lucha por el bienestar y los derechos de los niños. Con la ayuda de extensas investigaciones, hemos podido identificar las prioridades sociales y los asuntos ambientales más relevantes para nuestra audiencia así como para nuestra

propia identidad empresarial. Hemos preparado el lanzamiento de importantes campañas en línea y al aire para apoyar estas causas, y la primera de ellas se centrará en la protección del medio ambiente.

Aún estamos en las primeras etapas de Movimiento Cartoon, pero nos sentimos orgullosos de los logros alcanzados durante el 2010. Éstos son:

- Hemos adoptado la Declaración de Valores de Movimiento Cartoon.
- Firmamos un acuerdo que establece una alianza a largo plazo con UNICEF.
- Hemos donado US\$12 millones en tiempo al aire para difundir campañas y recaudar fondos para los programas de emergencia que UNICEF estableció después de los desastres naturales ocurridos en Haití, Chile y Brasil.
- Hemos donado una suma adicional de US\$5.5 millones en tiempo al aire en el canal Cartoon Network y en su señal hermana Boomerang para organizaciones como SOS Mata Atlântica, Fundação Gol de Letra, y Un Techo para Chile, entre otras.

CON LA AYUDA DE EXTENSAS INVESTIGACIONES, HEMOS PODIDO IDENTIFICAR LAS PRIORIDADES SOCIALES Y LOS ASUNTOS AMBIENTALES MÁS RELEVANTES PARA NUESTRA AUDIENCIA, ASÍ COMO PARA NUESTRA PROPIA IDENTIDAD EMPRESARIAL

- Hemos organizado la Carrera Cartoon en países como Argentina, Chile, Colombia y México, y donado US\$75.000 de los fondos recaudados a UNICEF y a la Fundación Colombianitos.
- Recaudamos US\$47.000 para el programa de nutrición infantil en México, Un Kilo de Ayuda, a través de la venta de agendas escolares con los personajes famosos de Cartoon Network.

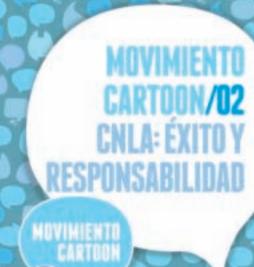
El buen desempeño empresarial requiere de transparencia y responsabilidad, además de un diálogo fluido con las partes interesadas, tanto a nivel interno como externo, especialmente con los niños y sus familias. Movimiento Cartoon abraza estos valores y es en ese espíritu que presentamos este informe anual.

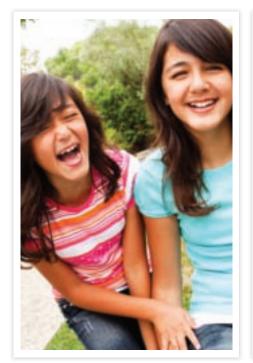
Estamos seguros de que la responsabilidad social contribuye a los buenos negocios y que Movimiento Cartoon está hoy listo para agregar valor a la marca Cartoon Network en la región. •

EL BUEN DESEMPEÑO EMPRESARIAL REQUIERE DE TRANSPARENCIA Y RESPONSABILIDAD



CARRERA CARTOON ARGENTINA







EN MENOS DE DOS DÉCADAS, CARTOON NETWORK SE HA CONVERTIDO EN UN NOMBRE RECONOCIDO EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE, Y SUS MÁS DE 200 DIBUJOS ANIMADOS Y PERSONAJES SON VENERADOS POR NIÑOS Y ADULTOS EN TODA LA REGIÓN.

El canal hizo su debut en el año 1993, difundiendo su señal a 500.000 hogares. Hoy, Cartoon Network es una marca líder en medios de comunicación para niños en la región, que llega a más de 34 millones de hogares en 40 países, en español, portugués e inglés, y a millones más a través de distribución de programas y productos bajo licencia. Cerca de diez millones de usuarios registrados acceden e interactúan en nuestro muy popular sitio web regional CartoonNetworkLA.com, así como en los seis sitios web locales en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Venezuela.

Cartoon Network América Latina ha demostrado la fuerza de su marca —alegre, atrevida, divertida e irreverente— a través de una multiplicidad de plataformas que incluyen TV, películas, Internet, eventos, productos bajo licencia, juegos y aplicaciones para telefonía móvil. El canal alberga la

biblioteca de dibujos animados más grande, que incluye la galardonada programación original, y lo mejor en programas adquiridos de terceros; así como los programas favoritos de Warner Bros., Hanna-Barbera y MGM.

Boomerang, la señal hermana de Cartoon Network para pre-adolescentes y adolescentes, cuenta con más de 23 millones de suscriptores en América Latina. La programación de este canal incluye programas live action, series animadas, telenovelas, películas, videos musicales y transmisiones especiales en vivo de bandas musicales de la región.

Pero con nuestro éxito llega el sentido de responsabilidad. Creemos que estas conexiones multifacéticas con millones de personas en la región nos brindan increíbles oportunidades de beneficiar a nuestras audiencias, en formas modestas, pero significativas.

CARTOON NETWORK
AMÉRICA LATINA HA
DEMOSTRADO LA FUERZA
DE SU MARCA -ALEGRE, ATREVIDA,
DIVERTIDA E IRREVERENTEA TRAVÉS DE UNA MULTIPLICIDAD
DE PLATAFORMAS

PERO CON NUESTRO ÉXITO LLEGA EL SENTIDO DE RESPONSABILIDAD Si bien 2010 fue un buen año para gran parte de Latinoamérica y el Caribe, económicamente hablando, la región continúa enfrentando enormes desafíos. Cuenta con algunas de las mayores disparidades económicas en el mundo que socavan el crecimiento y alimentan la inestabilidad social.

Los problemas ambientales afectan por igual a las grandes ciudades y a las áreas rurales. Las poblaciones marginalizadas viven excluidas de los beneficios de la globalización y no pueden encontrar buenos trabajos. Muchos niños, especialmente en comunidades indígenas y tugurios urbanos, no tienen acceso a sistemas adecuados de salud, nutrición y educación. La violencia relacionada con pandillas y drogas sigue siendo un difícil problema.

Una ascendente y dinámica clase media está expandiendo el mercado de consumo, pero también se ve afectada por serios problemas de salud relativos al estilo de vida, como la obesidad y la diabetes; y como muchas personas alrededor del mundo, los ciudadanos de la región enfrentan la fuerza implacable de la globalización que requiere de nuevos niveles de conciencia y

educación para enfrentar la complejidad de la vida moderna, incluyendo los medios de comunicación que los rodean.

Con todos estos retos en mente, Cartoon Network ha creado Movimiento Cartoon para ayudar a enfrentar estos desafíos en formas que estén alineadas con nuestro ADN empresarial, especialmente con nuestro compromiso como los "Embajadores de la Alegría", para permitir que los niños sean niños. Sabemos que nos irá bien como compañía sólo si la gente de esta diversa región también prospera y se hace realidad el derecho de los niños a un ambiente seguro y protegido en el hogar y en sus comunidades.

Se trata de una región en constante cambio y sabemos que nosotros debemos cambiar junto a ella. Por dichas razones, Cartoon Network América Latina está comprometido a crear nuevas y divertidas formas para estar más cerca de los niños, sus familias y sus comunidades. Éste es el objetivo de Movimiento Cartoon y el desafío que tenemos enfrente.



 CARTOON NETWORK SE UNIÓ A UNICEF PARA BRINDAR APOYO Y AYUDAR A NIÑOS EN HAITÍ Y CHILE



INFORME ANUAL/MOVIMIENTO CARTOON







CARRERA CARTOON MÉXICO

CARRERA CARTOON ARGENTINA

CARRERA CARTOON CHILE

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL NO ES NUEVA PARA CARTOON NETWORK. DE HECHO, EL CANAL Y SUS EMPRESAS MATRICES —TURNER BROADCASTING Y TIME WARNER—TIENEN UNA RECONOCIDA TRAYECTORIA DE ACCIONES FILANTRÓPICAS Y COMPROMISO CON LA COMUNIDAD DESDE HACE DÉCADAS.

A mediados de los años 90, por ejemplo, Cartoon Network apoyó la iniciativa de UNICEF: Cartoons for Children's Rights (Dibujos animados para los derechos de los niños). Algunos de los anuncios de servicio a la comunidad, producidos para la campaña por los estudios de animación más importantes del mundo, aún siguen siendo televisados por distintos canales en la región. Más recientemente, hemos apoyado las campañas de ayuda humanitaria después de los desastres naturales ocurridos en el 2010; hemos donado fondos para organizaciones no gubernamentales que trabajan con los niños desnutridos y discapacitados, y hemos organizado Carrera Cartoon, en la que padres e hijos corren juntos, en un intento de promover la salud y la unión familiar. Movimiento Cartoon llevó a cabo eventos para niños en Colombia v Venezuela en 2009 a beneficio del Instituto Nacional del Cáncer y la Fundación Autismo en Voz Alta, respectivamente.

FUERZA Y EXPANSIÓN EN 2010

Nuestro negocio es el entretenimiento; relatar historias y hacer reír a los niños es lo que mejor hacemos. Generalmente dejamos la educación a los padres y maestros, y las causas sociales a los activistas; pero el mundo, particularmente esta región, está cambiando y hoy se espera mucho más del sector privado. Las compañías necesitan tener un mejor desempeño, beneficiar a sus comunidades y contribuir con la sustentabilidad social y ambiental.

La versión original de Movimiento Cartoon ha evolucionado, y desde 2010 se ha convertido en una especie de paraguas para todas nuestras iniciativas como empresa socialmente responsable, desarrolladas con el apoyo de Rain Barrel Communications, LLC. Su lema —es hora de moverse— sugiere que junto con los 34 millones de hogares que nos sintonizan, y otros participantes, podremos hacer una contribución significativa para el bienestar de los niños y

sus comunidades. Todo se vincula con el movimiento; llevar a cabo acciones sociales y divertirse en el proceso.

DECLARACIÓN DE VALORES DE MOVIMIENTO CARTOON

Movimiento Cartoon abarca todos los aspectos de Cartoon Network América Latina, incluida su programación, contenido web, publicidad, mercadotecnia, licencias, alianzas pro-sociales y eventos con las comunidades. Representa los principios éticos y la visión pro-social de Cartoon Network, que se encuentran reflejados en la Declaración de Valores que hemos adoptado a comienzos de 2010 (ver página 41 para el texto completo).

Con orgullo proveemos entretenimiento de calidad para niños y adultos en más de 40 países de la región. La risa —y la alegría que conlleva— es el derecho de todos los niños, y es para nosotros emblemática de la gama de los derechos de los niños que garantiza que todos crezcan sanos, activos y en ambientes donde los protejan. Nosotros, como individuos y como empresa responsable, con buen desempeño, estamos comprometidos a hacer prosperar estos derechos. Nuestra programación televisiva y contenido web fluyen desde la creatividad y dedicación de cientos de empleados en todo el hemisferio. Somos personas; padres, hijos e hijas, que desean que sus productos sean bienvenidos en los hogares, por los niños y sus padres por igual. Apoyamos el cambio positivo para los niños en una región en donde la confianza del público demanda cada vez más responsabilidad social y ambiental del sector privado.

CINCO CAUSAS SOCIALES PRIORITARIAS

Para concretar las iniciativas sociales de Movimiento Cartoon se han elegido cinco áreas temáticas prioritarias para campañas, eventos públicos y donativos empresariales. En los próximos años, promoveremos los derechos de los niños y el activismo infantil a través de las siguientes acciones:

APOYO A LOS ESFUERZOS PARA PROTEGER EL MEDIO AMBIENTE

La Tierra está en peligro. El suelo, el agua y el aire, la gran diversidad de flora y fauna, la belleza natural y recursos de esta región están sufriendo a causa de formas de desarrollo insostenibles, y también, en forma creciente, de los efectos del cambio climático. Los niños —que no tienen responsabilidad alguna sobre estas cuestiones—están pagando un precio muy alto. Pero ellos mismos pueden, y desean, ser parte de la solución: creemos que es hora de moverse para proteger el planeta.

UZ.APOYO DE PROGRAMAS PARA EVITAR LA VIOLENCIA HACIA LOS NIÑOS

La violencia hacia los niños es inaceptable y es una de las formas más atroces de violación a sus derechos. Sin embargo, con demasiada frecuencia —como ha sido documentado por las Naciones Unidas en su Informe Mundial sobre la Violencia contra los Niños en 2007— los niños enfrentan. tanto violencia física como emocional, no sólo en el barrio donde viven, sino también en la escuela y en sus propios hogares. El acoso y la intimidación (bullying en inglés) entre compañeros, tanto en la escuela como a través de Internet, es un asunto emergente que afecta a millones de niños, y sucede a menudo fuera del radar de sus padres y autoridades. Creemos que este tipo de intimidación entre compañeros y otras formas de violencia merecen mayor atención; es hora de moverse para hacer de la infancia una "zona segura".

03.

PROMOCIÓN DE ESTILOS DE VIDA SALUDABLES

En esta región de contrastes tan agudos, el bienestar de los niños y sus familias está enfrentando problemas de salud, tanto en contextos de pobreza, como de riqueza. El sobrepeso y la obesidad son algunos de los principales problemas, y es por eso que creemos que es hora de moverse para mejorar la dieta, hacer ejercicio, e invitar a los niños y sus familias a compartir alimentos sanos, juego y deporte.

04.

DESARROLLO DE HABILIDADES ÚTILES PARA INTERACTUAR CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, PARA NIÑOS Y SUS PADRES

Estamos viviendo en un ambiente mediático, movido por tecnologías digitales que abren las puertas a nuevos mundos de innovación, conexión y aprendizaje. Los niños son los usuarios más ávidos y hábiles de los medios y la alta tecnología. Sin embargo, con frecuencia se les deja navegar por sí mismos en los medios y acceder a ambientes comerciales complejos y en ocasiones riesgosos. Como cadena de medios de comunicación, creemos que aprender a usar los medios es tan importante como saber el abecedario. Es hora de moverse para asegurar que los niños y sus familiares puedan aprovechar el vasto potencial de los medios de manera eficiente, crítica, segura y apropiada.

05.

PROMOCIÓN DE OPORTUNIDADES PARA QUE LOS NIÑOS EXPLOREN SU CREATIVIDAD A TRAVÉS DE LA PRODUCCIÓN DE SUS PROPIOS DIBUJOS ANIMADOS, VIDEOS, DISEÑOS GRÁFICOS Y SITIOS WEB

No es ningún secreto que los niños son los mayores consumidores de los medios en esta época; lo que es menos apreciado es el hecho de que los niños son algunos de los productores de medios más creativos. Desde edades sorprendentemente tempranas, los niños son autodidactos y aprenden a usar las tecnologías digitales para producir videos, dibujos animados, sitios web y diseños gráficos sensacionales. Ya sea a través de herramientas en línea o en talleres, es hora de moverse para ayudar a más niños a desarrollar su propia creatividad y sus habilidades para los medios. Estas áreas temáticas se están desarrollando con base en las consultas con nuestros socios y sus investigaciones, así como en las propias investigaciones de Cartoon Network. Las campañas alrededor de estos temas se diferencian de la promoción comercial de nuestros productos y patrocinadores.

NUESTRAS PRÁCTICAS Y ESTÁNDARES

Movimiento Cartoon provee un espacio público para el diálogo donde es posible compartir nuestras preocupaciones comunes y propuestas para hacer del ambiente mediático un espacio seguro y amistoso para los niños. Damos la bienvenida al diálogo constructivo sobre estos importantes asuntos entre los niños, padres, educadores, defensores de los consumidores y legisladores; todos queremos lo mejor para los niños.

En Cartoon Network América Latina, estamos comprometidos a fomentar un ambiente de negocios con responsabilidades compartidas, basado en los principios de igualdad, honestidad y respeto hacia nuestro público, clientes, accionistas, empleados, proveedores y competidores; así como también a los gobiernos y organizaciones de la sociedad civil en todos nuestros mercados. El compromiso que tenemos de alcanzar los más altos estándares de ética de conducta de negocios y transparencia es un valor esencial fuertemente promovido en todos los niveles de la empresa.

La responsabilidad social se extiende a nuestros proveedores. Nos adherimos a los lineamientos éticos de la cadena de proveedores de Time Warner, y así también deben hacerlo ellos.

TODOS QUEREMOS LO MEJOR PARA LOS NIÑOS

Siendo una empresa multinacional cuyos proveedores vienen del mundo entero, estamos particularmente atentos a la prohibición contractual del trabajo infantil por parte de terceros que nos presten servicios. Nuestros contratos tienen también cláusulas en contra de prácticas corruptas y discriminatorias; requerimos que nuestros proveedores se adhieran a ellas y procuren la sequ-

ridad de sus empleados y el cumplimiento de las normas ambientales.

La programación, publicidad y mercadotecnia de los productos de Cartoon Network América Latina cumplen estrictamente con todas las normas y regulaciones nacionales de los mercados a los que servimos. Nos comprometemos a trabajar con socios relevantes para asegurar que las autorregulaciones de la industria sigan paso a paso los estándares cambiantes de la sociedad,

normas culturales, y evidencia científica sobre la salud y bienestar de los niños.

Comprendemos las preocupaciones de los padres sobre contenidos inapropiados y constantemente revisamos nuestra programación y publicidad para asegurarnos que cumplan con lineamientos y regulaciones sólidas referentes al alcohol, las drogas y el tabaco, la sexualidad, la violencia, material obsceno, y el consumo de alimentos y bebidas.

Durante 2010, la preocupación en Latinoamérica por la obesidad, la diabetes, y otras enfermedades vinculadas con los estilos de vida ha ido en ascenso; algunos de estos problemas ya se han convertido en una epidemia entre los jóvenes. Varios críticos han señalado el papel que juega la publicidad de alimentos y bebidas, incluso en aquellos mensajes promovidos por patrocinadores en Cartoon Network, en esta epidemia. Se trata de un asunto extraordinariamente complejo y difícil. Las investigaciones han demostrado que la televisión tiene un impacto modesto sobre las preferencias alimenticias de los niños y que éste es sólo uno de los múltiples factores que afectan dichas preferencias. Nosotros, no obstante, estamos abiertos al diálogo con la sociedad civil y los responsables de formular las políticas para tratar específicamente la responsabilidad de los canales de televisión en estos asuntos. Comprometidos con las responsabilidades vinculadas con la autorregulación, estamos revisando de manera seria nuestro trabajo para ayudar a quiar nuestros estándares y prácticas en esta área. Somos conscientes de que la autorregulación se basa en la confianza y la credibilidad, y debemos realizar acciones que reafirmen esta confianza pública.

Estamos comprometidos en proveer entretenimiento adecuado según la edad, y con sistemas de clasificación, advertencias de contenido y restricciones de Internet que permitan a los padres monitorear y supervisar la experiencia de sus hijos con los medios. En 2010, trabajamos junto con otras señales multinacionales de televisión para desarrollar un sistema de clasificación que provee a los padres y a otros tutores con guías claras sobre el contenido de los programas adecuados para niños según su edad.

Como compañía internacional de entretenimiento sabemos que nuestras audiencias son cada vez más heterogéneas y esperan mayor diversidad de los medios, así como contenidos locales y culturalmente relevantes. Nuestra fuerza de trabajo —que se encuentra en Atlanta, Estados Unidos, y varias capitales de América Latina— refleja esta diversidad. Estamos aprovechando cada vez más el talento de la región para producir contenidos, tanto al aire, como en nuestros sitios de Internet. Durante el último año, hemos continuado con la inversión de recursos para producir y adquirir contenido local en Argentina, Brasil, México y otros países.

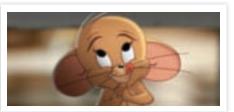
ESTAMOS
COMPROMETIDOS
EN PROVEER
ENTRETENIMIENTO
ADECUADO
SEGÚN LA EDAD

LA VIDA NO ES UN DIBUJO ANIMADO: EL CONCEPTO CREATIVO DE MOVIMIENTO CARTOON

El mundo de los dibujos animados es el reino de la imaginación y de lo improbable, de la sátira y lo absurdo. Los niños que disfrutan de nuestros programas entienden que no es real que sus héroes animados y villanos favoritos realicen trucos imposibles o actos irresponsables; como cuando los personajes vuelan o devoran un banquete con demasiada comida, o vuelven a la vida luego de haber sido aplastados por una caja fuerte.

Sin embargo, se identifican con sus personajes favoritos, se imaginan a sí mismos con superpoderes, y desean también conocer algún extraterrestre. Nuestras campañas sociales contrastan la fantasía con la realidad a través de conceptos creativos resumidos en el lema: La vida no es un dibujo animado. Nuestros anuncios de servicio a la comunidad utilizan a estos amados y divertidos personajes en espacios de la vida real para resaltar la importancia de las conductas responsables en el mundo real y la necesidad de realizar acciones que apoyen nuestras causas sociales prioritarias. •

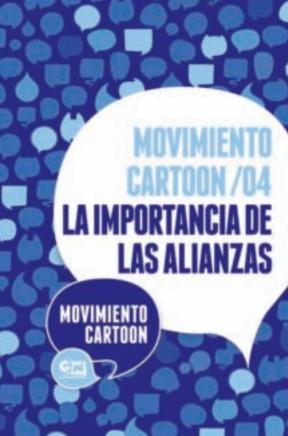








CAMPAÑA LA VIDA NO ES UN DIBUJO ANIMADO – PROMO JERRY (NO COMAS EN EXCESO)











• CAMPAÑA LA VIDA NO ES UN DIBUJO ANIMADO – PROMO VILMA (RECICLA TU BASURA)

EN UNA REGIÓN DONDE DEMASIADOS NIÑOS ENFRENTAN DESAFÍOS COMO LA POBREZA, LA VIOLENCIA Y LOS SISTEMAS EDUCATIVOS Y SANITARIOS DEFICIENTES, LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL NO SIGNIFICA CARIDAD; CREEMOS QUE SE TRATA DE CONTRIBUIR A UN CAMBIO SOCIAL POSITIVO; Y ESTO SE LOGRARÁ TRABAJANDO EN CONJUNTO. SABEMOS QUE SÓLO PODREMOS HACER UNA DIFERENCIA UNIENDO FUERZAS CON RESPETADOS AGENTES DE CAMBIO Y ORGANIZACIONES SOCIALES Y CIVILES EN LA REGIÓN, Y CON AGENCIAS DE LAS NACIONES UNIDAS QUE GENERAN RESULTADOS PARA LOS NIÑOS.

Las alianzas son la fuerza vital para Movimiento Cartoon. Éstas incluyen un rango variado de aliados locales, nacionales e internacionales que comparten una visión en común sobre la responsabilidad social hacia los niños.

ACUERDO ESTRATÉGICO CON UNICEF

En mayo de 2010, Cartoon Network América Latina tuvo el honor de unir sus fuerzas con el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, una organización fuertemente respetada y confiada como la consciencia mundial en lo que respecta a los niños. Bajo el amparo de Movimiento Cartoon, hemos firmado un acuerdo a largo plazo con UNICEF para promover el bienestar y los derechos de los niños, animándolos a ellos y a sus familiares a convertirse en agentes de cambio. Este acuerdo estratégico es de carácter regional y se apoya en la fuerza de las oficinas de UNICEF que trabajan junto con los gobiernos y las organizaciones de la sociedad civil en más de 30 países en Latinoamérica y el Caribe.

LAS INVESTIGACIONES MUESTRAN QUE EL CAMBIO CLIMÁTICO ES UNA DE LAS PRIORIDADES QUE MÁS PREOCUPA A NIÑOS Y PADRES

Durante el último año, hemos comenzado a utilizar nuestro poder y nuestro alcance como compañía de medios de entretenimiento para apoyar las prioridades programáticas defendidas por UNICEF. Hemos lanzado al aire anuncios de servicio a la comunidad de UNICEF en respuesta a desastres naturales, así como también donado fondos provenientes de Carrera Cartoon para apoyar los programas de UNICEF en países como Argentina, Chile y México.

En la primera fase de este acuerdo de tres años, estamos desarrollando una campaña en múltiples plataformas cuyo llamado a la acción es el lema: Es hora de moverse para salvar el planeta. Las

investigaciones muestran que el cambio climático es una de las prioridades que más preocupa a niños y padres. UNICEF y Cartoon Network América Latina están preparando el lanzamiento de una iniciativa ambiental durante el primer trimestre del 2011 que incluye una serie de anuncios de servicio a la comunidad en sus canales, y un sitio web especial

donde los niños podrán hacer sus propios dibujos animados sobre temas relacionados con la protección del medio ambiente.

EL TRABAJO CON UNICEF

UNICEF trabaja en más de 155 países y territorios para ayudar a los niños a sobrevivir y a desarrollarse desde la edad temprana hasta la adolescencia. Es el proveedor más grande de vacunas para naciones en desarrollo; apoya planes de salud y nutrición para niños, acceso a agua potable y sanidad, educación básica primaria de calidad para niños y niñas por igual, y protección contra la violencia, la explotación y el SIDA. UNICEF se financia íntegramente por contribuciones voluntarias de individuos, empresas, fundaciones y gobiernos. La oficina regional de UNICEF se encuentra en Panamá.

 Para mayor información, ingrese a: www.unicef.org/lac

UN SOCIO DE MUCHOS AÑOS: UN KILO DE AYUDA (MÉXICO)

El 2010 marcó el sexto año consecutivo de la alianza de Cartoon Network y la organización sin fines de lucro Un Kilo de Ayuda, que trabaja para erradicar la desnutrición de niños menores de

cinco años en algunas de las comunidades con mayores desventajas en México. En esta ocasión, diseñamos agendas escolares para 2010-2011 con los personajes famosos del canal, que se vendieron al público en diversas tiendas de México. Todo lo recaudado en las ventas fue utilizado para apoyar este programa integral de nutrición sin fines de lucro. Además, Cartoon Network emitió un spot promoviendo la labor de Un Kilo de Ayuda y la venta de las agendas escolares.

Un Kilo de Ayuda reportó que se vendieron más de 20.000 agendas escolares hasta noviembre de 2010, lo que hace un total de US\$47.000 recaudados durante este año; y aunado a lo recaudado en años pasados suma US\$700.000 que Cartoon Network ayudó a recabar para el proyecto desde que comenzó la alianza en 2004.

• Para mayor información, ingrese a: www.unkilodeayuda.org.mx







No tengas miedo de contar tus miedos.



• UNICEF CHILE — CAMPAÑA POST-TERREMOTO

PARTICIPACIÓN EN DIÁLOGOS SOBRE POLÍTICAS QUE AFECTAN A NIÑOS Y JÓVENES

Cartoon Network América Latina entiende que Movimiento Cartoon será más efectivo si aprende de la experiencia de otros en la región. En 2010, algunos colegas de Cartoon Network participaron de una serie de seminarios y conferencias sobre responsabilidad social empresarial. La participación en estos encuentros nos permitió iniciar un diálogo fructífero y la posibilidad de alianzas futuras con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, el Instituto Ethos, el Banco Interamericano de Desarrollo, la Fundación Sports for Development/ streetfootballworld, y la Federación Mundial de Anunciantes, entre otros.

ENTRE LOS EVENTOS QUE HAN PROPORCIO-NADO INFORMACIÓN Y ORIENTACIÓN VALIOSA A MOVIMIENTO CARTOON DURANTE EL AÑO, SE ENCUENTRAN:

- VII Conferencia Iberoamericana sobre Responsabilidad Social Empresarial Diciembre 2009
 Punta del Este, Uruguay www.iadb.org
- Primera Cumbre Regional de Ciudades de Latinoamérica y el Caribe para la Seguridad Ciudadana: Ideas, Liderazgo e Innovación para la Prevención de la Violencia en Latinoamérica y el Caribe – Panel sobre deportes para el desarrollo Abril 2010

Bogotá, Colombia www.iadb.org www.streetfootballworld.org www.fundacionfude.org.ar Primera Conferencia Internacional del Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial (IARSE)

Abril 2010 Buenos Aires, Argentina www.iarse.org

 Duodécima Conferencia Internacional del Instituto Ethos

Mayo 2010 São Paulo, Brasil www.ethos.org.br

 Encuentro Regional Latinoamericano de la Federación Mundial de Anunciantes: Sesiones de RSE, Publicidad para Niños y Enseñanza del Uso de Medios

Julio 2010 Ciudad de México, México www.wfanet.org



MBVIMIENTS CARTUON







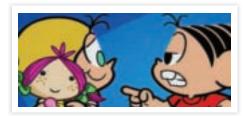


• CAMPAÑA LA VIDA NO ES UN DIBUJO ANIMADO — PROMO SHAGGY (TENGA UNA DIETA BALANCEADA)

RESPUESTA HUMANITARIA DE EMERGENCIA Para apoyar a niños y sus familias

- En 2010, Haití y Chile se vieron afectados por terremotos devastadores. Cartoon Network América Latina se unió a UNICEF a través de la iniciativa Movimiento Cartoon para brindar apoyo y ayudar a niños de ambos países. El canal donó millones de dólares en tiempo al aire para emitir los anuncios de servicio a la comunidad para concientizar a los ciudadanos y solicitar donaciones.
- El 22 de enero, Cartoon Network y Boomerang América Latina emitieron en vivo el programa de MTV "Hope for Haiti Now: A Global Benefit for Earthquake Relief", en el cual estrellas de Hollywood y algunos de los nombres más importantes en el mundo de la música se unieron y recaudaron la cifra récord de US\$58 millones.
- En el caso de Chile, transmitimos dos spots de UNICEF con el fin de ayudar a los niños afectados por el terremoto a enfrentar sus miedos e inseguridades. Cartoon Network además colaboró con las organizaciones no guberna-

- mentales Un Techo para Chile y Un Techo para mi País, y transmitió mensajes en pantalla en Cartoon Network y Boomerang para llamar la atención sobre los esfuerzos de reconstrucción y ayuda. Además, el canal publicó banners digitales en sus sitios de Internet vinculados con los sitios de Un Techo donde la audiencia podía contribuir con la ayuda humanitaria.
- En abril de 2010, devastadoras inundaciones y deslizamientos de la tierra golpearon algunas de las favelas (comunidades pobres) de Rio de Janeiro, Brasil. Nuestra cadena en Brasil transmitió un anuncio de servicio a la comunidad para llamar la atención sobre la difícil situación que atravesaban los niños desplazados y direccionar a la audiencia al sitio web de UNICEF para adquirir información sobre cómo colaborar con las familias afectadas.







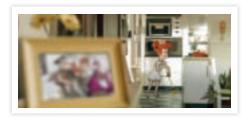
UNICEF BRASIL — CAMPAÑA ANTI-VIOLENCIA (MÓNICA)

CAMPAÑAS PRO-SOCIALES

- Campañas anti-violencia: El famoso personaje Mónica, que funciona como Embajador de Buena Voluntad de UNICEF en Brasil, fue incluido en una campaña de concientización en Cartoon Network América Latina para ponerle fin a la violencia contra los niños, incluyendo la violencia doméstica. Los anuncios de servicio a la comunidad se produjeron en Brasil por el famoso creador de tiras cómicas Mauricio de Sousa, que inventó los populares personajes de la serie Mónica y su pandilla.
- Campañas ambientales: A principios de 2011, Cartoon Network y UNICEF (con la colaboración de Earth Child Institute) lanzarán una campaña para fomentar en los niños acciones para el cuidado del medio ambiente, tanto en sus casas, como en sus escuelas y comunidades. Hemos desarrollado anuncios de servicio a la comunidad protagonizados por algunos de los dibujos animados más populares en escenarios de la vida real, cuyos mensajes giran en torno a las tres "R": Reducir (Johnny Bravo), Reutilizar (Billy & Mandy) y Reciclar (Los Picapiedras).

Los spots harán el debut de nuestro concepto creativo: "La vida no es un dibujo animado" para campañas sociales. Una campaña especial en nuestra página web ofrecerá a los niños la oportunidad de crear sus propias animaciones sobre temas ambientales, ayudados por información y hechos sobre los problemas del ambiente y consejos para encontrar soluciones.

• Para mayor información, ingresar a: www.earthchildinstitute.org







 CAMPAÑA LA VIDA NO ES UN DIBUJO ANIMADO: RECICLAR. REDUCIR. REUTILIZAR



INFORME ANUAL/EVENTOS PÚBLICOS







CARRERA CARTOON

MOVIMIENTO CARTOON TAMBIÉN ORGANIZA EVENTOS PÚBLICOS PARA NIÑOS Y SUS FAMILIARES QUE BRINDAN OPORTUNIDADES DE ENTRETENIMIENTO SANO RELACIONADO CON TEMAS SOCIALES.

CARRERA CARTOON

En 2010, Cartoon Network continuó organizando los maratones Carrera Cartoon en donde los niños corren con uno de sus padres (apenas atados uno al otro) como una forma divertida de promover estilos de vida saludables y fortalecer los lazos familiares. Las carreras se realizaron en cuatro países: Argentina, Chile, Colombia y México. Se logró reunir a más de 25.000 participantes en los cuatro países y se recaudó un total de US\$75.000 para causas específicas a partir de lo que los participantes abonaron por concepto de inscripción. Varias celebridades y miles de espectadores estuvieron presentes en estos eventos, que se realizaron en parques públicos y otros bellos escenarios, y cuyo desarrollo estuvo cubierto por los medios.

A CONTINUACIÓN ALGUNOS DATOS:

01. BOGOTÁ (COLOMBIA) US\$10.000

UZ.
BUENOS AIRES (ARGENTINA)
US\$20.000

CIUDAD DE MÉXICO, GUADALAJARA, MONTERREY, VERACRUZ (MÉXICO) US\$20.000

04. SANTIAGO (CHILE) US\$25.000 LOS MARATONES CARRERA
CARTOON, EN DONDE LOS NIÑOS
CORREN CON UNO DE SUS
PADRES -APENAS ATADOS UNO
AL OTRO- SON UNA FORMA
DIVERTIDA DE PROMOVER
ESTILOS DE VIDA SALUDABLES
Y FORTALECER
LOS LAZOS FAMILIARES



01. Bogotá (colombia)

- CUÁNDO: 23 DE MAYO DE 2010
- DÓNDE: PARQUE SIMÓN BOLÍVAR
- ◆ CUÁNTOS CORRIERON: 4.000 CORREDORES (2.000 PAREJAS)
- **◆ TOTAL ASISTENTES:** 8.000 PERSONAS
- BENEFICIARIO: FUNDACIÓN COLOMBIANITOS (LOS FONDOS RECAUDADOS SE USARON PARA QUE EL EQUIPO DE FÚTBOL COLOMBIANITOS VIAJARA A SUDÁFRICA PARA EL EVENTO FOOTBALL FOR HOPE, LLEVADO A CABO DURANTE LA COPA MUNDIAL DE FÚTBOL DE LA FIFA)
- ◆ DONACIÓN: 20.000.000 PESOS COLOMBIANOS (US\$10.000 APROXIMADAMENTE)
- CELEBRIDAD INVITADA: PATRICIA JANIOT, CONDUCTORA DE CNN EN ESPAÑOL Y PRESIDENTA DE LA FUNDACIÓN COLOMBIANITOS



MAGDALENA (MAGUI) AICEGA, JUGADORA DE HOCKEY

02. BUENOS AIRES (ARGENTINA)

- CUÁNDO: 31 DE OCTUBRE DE 2010
- DÓNDE: HIPÓDROMO DE SAN ISIDRO
- ◆ CUÁNTOS CORRIERON: 4.000 CORREDORES (2.000 PAREJAS)
- TOTAL ASISTENTES: 11.000 PERSONAS
- ◆ BENEFICIARIO: UNICEF ARGENTINA PROGRAMAS DE EDUCACIÓN
- DONACIÓN: 80.000 PESOS ARGENTINOS
 (APROXIMADAMENTE US\$ 20.000) DONADOS
 A UNICEF. ADEMÁS, SE DISTRIBUYERON DE
 MANERA GRATUITA LIBROS CON DIETAS Y
 RECETAS SALUDABLES. LOS LIBROS FUERON
 PARTE DEL PROYECTO "LA RECETA DE LOS
 CAMPEONES" ORGANIZADO POR LOS ATLETAS
 LIONEL MESSI, MANU GINOBILI, FELIPE
 CONTEMPOMI Y MAGDALENA AICEGA, JUNTO
 CON EL MINISTERIO DE SALUD DE ARGENTINA
 Y LA ORGANIZACIÓN PANAMERICANA
 DE SALUD
- CELEBRIDAD INVITADA: MAGDALENA (MAGUI) AICEGA, JUGADORA ESTRELLA DE HOCKEY



03. CIUDAD DE MÉXICO, GUADALAJARA, MONTERREY. VERACRUZ (MÉXICO)

- CUÁNDO: 31 DE OCTUBRE DE 2010
- ◆ DÓNDE: CIUDAD DE MÉXICO AUDITORIO NACIONAL; GUADALAJARA — ARCOS DE GUADALAJARA; MONTERREY — PARQUE FUNDIDORA; VERACRUZ — MONUMENTO A LOS VALORES DE BOCA DEL RÍO
- ◆ CUÁNTOS CORRIERON: 16.000 CORREDORES (8.000 PAREJAS — EN LAS CUATRO CIUDADES)
- TOTAL ASISTENTES: 64.000 PERSONAS
- ◆ BENEFICIARIO: UNICEF MÉXICO PROGRAMA TODOS LOS NIÑOS A LA ESCUELA
- ◆ DONACIÓN: 250.000 PESOS MEXICANOS (US\$20.000 APROXIMADAMENTE)
- CELEBRIDADES INVITADAS: EL CANTANTE BENNY IBARRA; LA MODELO CELINA DEL VILLAR; EL CONDUCTOR DE DEPORTES MIGUEL GURWITZY LA ACTRIZ RAQUEL PANTOVSKY



ACTOR BENJAMÍN VICUÑA, EMBAJADOR DE BUENA VOLUNTAD DE UNICEF EN CHILE

04. SANTIAGO (CHILE)

- **CUÁNDO:** 12 DE DICIEMBRE DE 2010
- DÓNDE: PARQUE PADRE HURTADO
- ◆ CUÁNTOS CORRIERON: 3.000 CORREDORES (1.500 PAREJAS)
- TOTAL ASISTENTES: 6.000 PERSONAS
- BENEFICIARIO: UNICEF CHILE PROYECTO LUDOTECAS PARA LOS NIÑOS AFECTADOS POR EL TERREMOTO
- **DONACIÓN:** APROXIMADAMENTE US\$25.000
- ◆ CELEBRIDADES INVITADAS: EL ACTOR BENJAMÍN VICUÑA, EMBAJADOR DE BUENA VOLUNTAD DE UNICEF EN CHILE, Y LA MODELO CAROLINA "PAMPITA" ARDOHAIN

OTROS EVENTOS

- Presentación de la obra de teatro "Ben 10 La batalla por el Omnitrix": con el auspicio de Movimiento Cartoon, se donaron boletos y US\$3.200 de las ganancias de la presentación a UNICEF Argentina; entregamos pases gratuitos para niños en Buenos Aires, São Paulo y Bogotá; realizamos una donación de US\$10.000 y organizamos distintas apariciones de los personajes animados en centros para niños apoyados por la Fundación Teletón en México.
- Lanzamiento del proyecto de UNICEF Ludotecas (librerías de juguetes): en diciembre, Movimiento Cartoon colaboró con el lanzamiento de este proyecto innovador para niños en las comunidades afectadas por el terremoto de Chile. Cartoon Network América Latina se unió a la cadena de cines Hoyts y a Chile Express para apoyar la instalación de los primeros 35 centros recreativos construidos en varias aldeas donde se albergan alrededor de 4.000 familias que todavía están desplazadas debido al terremoto.

CONTRIBUCIONES EMPRESARIALES DE CARTOON NETWORK AMÉRICA LATINA A TRAVÉS DE MOVIMIENTO CARTOON

- En 2010 donamos más de US\$12 millones en tiempo al aire para transmitir anuncios de servicio a la comunidad en beneficio de los esfuerzos de emergencia y los programas en la región de UNICEF.
- Se donaron US\$5.5 millones de tiempo al aire en las señales Cartoon Network y Boomerang para organizaciones como SOS Mata Atlântica, Fundação Gol de Letra, y Un Techo para Chile, entre otras.
- Los costos de producción para estas campañas se valuaron en otros US\$300.000.
- Hemos donado una porción de las inscripciones de los corredores participantes en Carrera Cartoon a UNICEF y a la Fundación Colombianitos, por un total de US\$75.000.

Movimiento Cartoon no es una fundación; no proporciona subvenciones. Como compañía de me-

dios, estamos mejor posicionados para utilizar el espacio en nuestros canales y sitios en Internet, y la equidad de nuestros personajes y marcas para llegar a nuestra audiencia e involucrar a millones de personas en causas valiosas. Sin embargo, esperamos que nuestra contribución empresarial directa e indirecta aumente en los próximos años.

COMO COMPAÑÍA

DE MEDIOS, ESTAMOS MEJOR
POSICIONADOS PARA UTILIZAR
EL ESPACIO EN NUESTROS
CANALES Y SITIOS EN INTERNET,
Y LA EQUIDAD DE NUESTROS
PERSONAJES Y MARCAS, PARA
INVOLUCRAR A MILLONES DE
PERSONAS EN CAUSAS VALIOSAS

MOVIMIENTO CARTOON: ¿CUÁLES SON LOS PRÓXIMOS PROYECTOS?

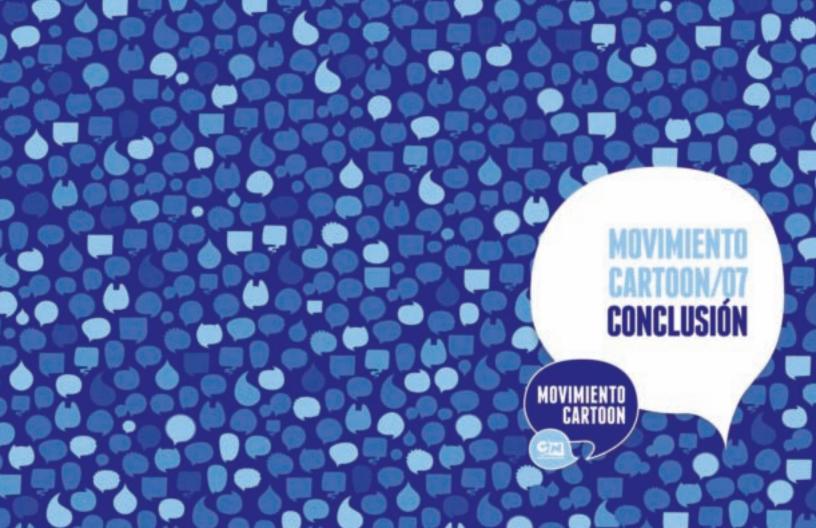
- Como miembro de TAP (Television Association of Programmers / Asociación de Programadores de Televisión) —una organización de redes de televisión con sede en Estados Unidos que operan en América Latina— Cartoon Network está preparando la incorporación a nuestra programación de una guía para padres, con el fin de ayudarlos a decidir qué programas son adecuados para la edad de sus hijos.
- Nos encontramos en conversaciones con varios socios brasileños sobre una iniciativa de enseñanza acerca de los principales medios de comunicación —similar al programa europeo MediaSmart— para ayudar a nuestras audiencias jóvenes y a sus familiares a evaluar y explorar de manera crítica la seguridad de los medios y sus ambientes comerciales, que hoy en día son tan complejos y en ocasiones riesgosos.
- ◆Estamos planeando actualizar Copa Toon
 —nuestra popular iniciativa de fútbol—

- y vincularla a los proyectos regionales que se están organizando en vistas de la próxima Copa Mundial en Brasil en 2014. Hemos comenzado a hablar sobre estos temas con Streetfootballworld, una organización deportiva a nivel mundial, sin fines de lucro, que usa el fútbol para el desarrollo; así como también con el programa para jóvenes del Banco Interamericano de Desarrollo sobre una posible colaboración en apoyo a los derechos que tienen los niños a jugar.
- Tomando como ejemplo el éxito de Cartoon Network Estados Unidos con la campaña STOP BULLYING: SPEAK UP, estamos hablando con socios potenciales acerca de una campaña para incentivar a los jóvenes a que tomen acciones contra la intimidación y el acoso entre compañeros (bullying), y otras formas de violencia.
- Estamos ajustando los últimos detalles de una serie de anuncios de servicio a la comunidad que tienen como tema principal la vida saludable, que promoverá dietas sanas, hacer ejercicio y la importancia del descanso suficiente.

- Sobre la base de la investigación nutricional que hemos realizado, se llevará a cabo una revisión interna sobre nuestros estándares para la publicidad de bebidas y alimentos.
- Se está desarrollando un programa de licencias a beneficio de UNICEF, a través de la venta de camisetas y otros artículos que contengan mensajes promoviendo los derechos de los niños.



CARTOON NETWORK EE.UU.
 CAMPAÑA "STOP BULLYING: SPEAK UP"



DURANTE EL 2010, MOVIMIENTO CARTOON SE HA REDEFINIDO AUDAZMENTE COMO EL ORGANISMO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE CARTOON NETWORK AMÉRICA LATINA. LA DECLARACIÓN DE VALORES QUE HEMOS ADOPTADO Y EL ACUERDO ESTRATÉGICO QUE HEMOS FIRMADO CON EL FONDO DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA INFANCIA, JUNTO CON NUESTRAS CAMPAÑAS AL AIRE, EVENTOS Y DONACIONES EMPRESARIALES, HAN ANUNCIADO EL MATRIMONIO ENTRE LA RISA Y LA RESPONSABILIDAD.

SOMOS "EMBAJADORES DE LA ALEGRÍA". AL DEFENDER LOS DERECHOS DE LOS NIÑOS NO TENEMOS DUDA QUE ESTAMOS CONTRIBUYENDO AL BIENESTAR DE ELLOS. MIENTRAS SE INCREMENTA EL VALOR DE LA MARCA CARTOON NETWORK A LARGO PLAZO. QUEREMOS INVITAR A LOS NIÑOS Y PADRES DE LA REGIÓN, JUNTO A NUESTROS ALIADOS Y OTROS INTERESADOS, A CONVERTIRSE TAMBIÉN EN "EMBAJADORES DE LA ALEGRÍA". ÚNASE A NOSOTROS PARA AYUDAR A LOS NIÑOS. AYÚDENOS A HACER LO MEJOR COMO RED DE ENTRETENIMIENTO Y COMO UNA EMPRESA CON BUEN DESEMPEÑO. PARA RESPONDER A LA DEMANDA DE UNA REGIÓN TAN CAMBIANTE.





EN CARTOON NETWORK AMÉRICA LATINA NOS ENORGULLECE BRINDAR ENTRETENIMIENTO DE CALIDAD A NIÑOS Y ADULTOS EN 44 PAÍSES DE LA REGIÓN. DESDE 1993, HEMOS OFRECIDO PROGRAMAS DE ANIMACIÓN Y LIVE ACTION QUE GUSTAN A LOS NIÑOS; ENTRETENIMIENTO QUE LOS HACE REÍR, ESTIMULA SU IMAGINACIÓN Y LES BRINDA UN REFUGIO CONTRA LAS INCANSABLES PRESIONES DE LA VIDA MODERNA. ESTAMOS FIRMEMENTE COMPROMETIDOS CON LA CREENCIA DE QUE A LOS NIÑOS SE LES DEBE PERMITIR SER NIÑOS.

La risa —y la alegría que conlleva— es un derecho de todos los niños, y es para nosotros el emblema de la gama de los derechos de los niños que garantiza que todos crezcan sanos, activos y en ambientes donde sean protegidos.

Nuestra programación y nuestros sitios en Internet —divertidos, imaginativos, motivadores y en ocasiones irreverentes— fluyen de la creativi-

dad y dedicación de cientos de empleados en todo el hemisferio. Somos personas; padres, hijos e hijas, que desean que sus productos sean bienvenidos en los hogares por los niños y padres por igual. Apoyamos un cambio positivo para los niños en una región que enfrenta muchos retos—la pobreza persistente y las desigualdades sociales, entre otras— donde la confianza del público en el sector privado exige cada vez más compromiso con la responsabilidad social.

Cartoon Network América Latina abraza los valores fundamentales y los principios de responsabilidad social de Time Warner Inc. y Turner Broadcasting System Inc., nuestras empresas matrices. Estos se basan en nuestra convicción de que la responsabilidad social es tan buena para las comunidades como para las empresas.

Cartoon Network América Latina también se inspira en organizaciones como UNICEF, que abogan por los derechos de los niños. Organizaciones como estas ayudan a dar coherencia a nuestras responsabilidades, normas y prácticas como proveedores de entretenimiento para niños, y a tener un buen desempeño como empresa.

MOVIMIENTO CARTOON

Para poner en práctica estos valores y tener un mejor desempeño como empresa, hemos creado Movimiento Cartoon como marco integral para nuestro programa de responsabilidad social empresarial. Movimiento Cartoon abarca todos los aspectos de Cartoon Network América Latina, incluyendo programación, contenido web, publicidad, mercadeo, licencias, alianzas pro-sociales y alcance comunitario.

Movimiento Cartoon es un lugar de encuentro para niños y padres, maestros y legisladores, líderes comunitarios, anunciantes y profesionales de los medios. Reúne a nuestros televidentes, empleados y demás personas que quieran contribuir a un cambio positivo, y divertirse haciéndolo.

Movimiento Cartoon (al aire, en línea y en la comunidad) es ante todo para niños, nuestro público principal. Vemos a los niños como personas dinámicas e influyentes, participantes activos y positivos en sus familias, con sus compañeros, en la escuela y en sus comunidades. Esto explica el lema: ¡Es hora de moverse!

Movimiento Cartoon les ofrece una serie de actividades interesantes y apropiadas para su edad: juegos, concursos, talleres y campañas para defender cuestiones sociales específicas. Les permite expresar sus preocupaciones e involucrar a sus amigos a través de redes sociales con el fin de influir el mundo en el que viven. A través de sus esfuerzos pro-sociales, Movimiento Cartoon busca reducir la brecha digital, llegando a niños y familias que viven en comunidades pobres.

Movimiento Cartoon es, al mismo tiempo, el marco para la supervisión e implementación de normas y prácticas para todas las actividades de Cartoon Network América Latina. Estamos comprometidos con la autorregulación que mejora los estándares de la programación de entretenimiento para niños, la publicidad, concesión de licencias y mercadotecnia.

VEMOS A LOS NIÑOS COMO PERSONAS DINÁMICAS E INFLUYENTES, PARTICIPANTES ACTIVOS Y POSITIVOS EN SUS FAMILIAS, CON SUS COMPAÑEROS, EN LA ESCUELA Y EN SUS COMUNIDADES

> ESTO EXPLICA EL LEMA DE MOVIMIENTO CARTOON: iES HORA DE MOVERSE!

ESTÁNDARES Y PRÁCTICAS

En Cartoon Network América Latina estamos comprometidos a fomentar un ambiente de negocios con responsabilidades compartidas, basado en principios de igualdad, honestidad y respeto hacia nuestro público, clientes, accionistas, empleados, proveedores y competidores; así como también gobiernos y organizaciones de la sociedad civil en todos nuestros mercados. El compromiso que tenemos de alcanzar los más altos estándares de ética de conducta de negocios y transparencia, es un valor esencial fuertemente promovido en todos los niveles de la empresa.

La programación, publicidad y mercadotecnia de Cartoon Network América Latina cumplen estrictamente con las leyes y regulaciones nacionales de cada uno de los mercados a los que servimos. Nos comprometemos a trabajar con socios relevantes para asegurar que las autorregulaciones de la industria sigan paso a paso los estándares cambiantes de la sociedad, normas culturales y evidencia científica con respecto a la salud y bienestar de los niños. Estamos comprometidos a proveer entretenimiento adecuado según la edad,

y con sistemas de clasificación, advertencias de contenido y restricciones de Internet que permitan a los padres monitorear y supervisar la experiencia de sus hijos en los medios.

Comprendemos las preocupaciones de los padres acerca de los contenidos inapropiados y constantemente revisamos nuestra programación y publicidad, para asegurarnos que cumplan con lineamientos y regulaciones sólidas referentes al alcohol, las drogas y el tabaco, la sexualidad, violencia, material obsceno, y el consumo de alimentos y bebidas. Garantizar la seguridad en Internet es nuestra constante prioridad.

Nos comprometemos a trabajar con socios relevantes para desarrollar un sistema unificado de clasificación de programación para América Latina y la región del Caribe, para que todos los productores y canales de televisión tengan claros los lineamientos respecto a la programación dirigida a las audiencias más jóvenes. Movimiento Cartoon provee un espacio público para el diálogo donde es posible compartir nuestras preocupaciones comunes y propuestas para hacer del ambiente mediático un espacio seguro y amistoso para los niños. Damos la bienvenida al diálogo constructivo entre los niños, así como con padres, educadores, defensores de los consumidores y legisladores sobre estos importantes asuntos; todos queremos lo mejor para los niños.

Como compañía internacional de entretenimiento, sabemos que nuestras audiencias son cada vez más heterogéneas, y esperan contenido local y mayor diversidad en los medios. Nuestra fuerza de trabajo refleja esta diversidad y estamos desarrollando más producción local, aprovechando el abundante talento en la región. Con gusto, aceptamos el reto de desarrollar más programación culturalmente relevante.

ALIAN7AS

Nuestros socios, "Embajadores de la Alegría", son la esencia vital del Movimiento Cartoon. Éstos incluyen un rango de aliados locales, nacionales e internacionales, quienes comparten una visión común de responsabilidad social con los niños. Trabajamos —en línea y en comunidades— con padres, maestros y representantes de la comunidad, apoyándolos en actividades pro-sociales en favor de los niños.

Buscamos tener interacción con expertos y organizaciones no gubernamentales defensoras de los niños, para incorporar nuevas ideas y lo más avanzado en investigaciones en nuestra programación y políticas.

PRIORIDADES PRO-SOCIALES

Cartoon Network América Latina aporta importantes recursos para apoyar un cambio social positivo en la región; proporcionando espacio al aire para anuncios de servicio a la comunidad relacionados con temas sobre los niños y sus derechos, organizando eventos para concientizar al público y recaudar fondos, y apoyando a escuelas y organizaciones sociales.

Para concretar las iniciativas sociales de Movimiento Cartoon se han elegido cinco áreas temáticas prioritarias para campañas, eventos públicos y donativos empresariales. Impulsaremos los derechos de los niños mediante:

- El apoyo de esfuerzos para cuidar el medio ambiente.
- El apoyo de programas para poner fin a la violencia contra los niños.
- La promoción de un estilo de vida saludable.
- ◆ El desarrollo de habilidades para el uso crítico de los medios, para padres e hijos.
- El fomento de la creatividad de los niños a través de la producción de sus propios dibujos animados, videos, diseños gráficos y sitios web.

Estas áreas temáticas se están desarrollando en conjunto con nuestros socios y se diferencian de la promoción comercial de nuestros productos y patrocinadores.

CULTURA EMPRESARIAL INTERNA

La responsabilidad social empresarial empieza en casa. Tanto en nuestras oficinas centrales en Atlanta, Estados Unidos, como en nuestras oficinas en América Latina, hemos establecido equipos y lineamientos de administración y programas que fomenten una cultura empresarial interna que valora la diversidad de talentos, y promueve la innovación y el desarrollo profesional.

Nos esforzamos para reducir nuestra huella de carbono y estamos llevando a cabo programas y campañas para ser aún más respetuosos con el medio ambiente.

Nuestros programas de empleados voluntarios están estrechamente vinculados con nuestros proyectos comunitarios. Damos vía libre y apoyamos a nuestros colaboradores voluntarios que ayudan a la comunidad. Todos somos "Embajadores de la Alegría", partidarios del Movimiento Cartoon.

UN COMPROMISO CONSTANTE

PARA CARTOON NETWORK AMÉRICA LATINA, LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL ES UN COMPROMISO CONSTANTE. ES EL PROCESO DE ESCUCHAR Y APRENDER DE NUESTRAS AUDIENCIAS Y SOCIOS, Y DE BENEFICIAR A LAS COMUNIDADES QUE NOS HACEN CRECER. ESTAMOS COMPROMETIDOS CON EL CAMBIO Y EL MEJORAMIENTO PERMANENTE.







LARISSA PISSARRA

1050 TECHWOOD DRIVE ATLANTA, GA – EE.UU., 30318 TELÉFONO: +1 404.885.4398 EMAIL: LARISSA.PISSARRA@TURNER.COM

- cartoonnetworkla.com
- cartoonnetwork.com.ar
- cartoonnetwork.com.br
- cartoonnetwork.cl
- cartoon network.com.co
- cartoonnetwork.com.mx
- cartoonnetwork.com.ve

MOVIMIENTO CARTOON



TM & © 2011 CARTOON NETWORK